



**ASSOCIAÇÃO DE POLITÉCNICOS DO NORTE (APNOR)
INSTITUTO POLITÉCNICO DO PORTO**

**EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE DA COMUNIDADE BRASILEIRA NA
REGIÃO DO PORTO EM PORTUGAL**

Henrique Souza da Silva

*Dissertação apresentada ao Instituto Politécnico do Porto para obtenção do Grau
de Mestre em Gestão das Organizações, Ramo de Gestão de Empresas*

Orientada por

Professor Doutor Carlos Filipe de Magalhães Bastos da Mota

Professor Doutor Eduardo Picanço Cruz

Versão Definitiva

Porto, julho de 2021.



**ASSOCIAÇÃO DE POLITÉCNICOS DO NORTE (APNOR)
INSTITUTO POLITÉCNICO DO PORTO**

**EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE DA COMUNIDADE BRASILEIRA NA
REGIÃO DO PORTO EM PORTUGAL**

Henrique Souza da Silva

Orientada por

Professor Doutor Carlos Filipe de Magalhães Bastos da Mota

Professor Doutor Eduardo Picanço Cruz

Porto, julho de 2021.

Resumo

Esta dissertação compreende um estudo que visa descrever os padrões do empreendedorismo na comunidade brasileira na Região do Porto em Portugal, com vista a traçar uma estrutura, de um possível modelo que explique o fenómeno do empreendedorismo imigrante brasileiro, à luz do seu fluxo migratório, quanto às suas aspirações, trajetórias migratórias e aspetos das suas atividades empreendedoras.

Para a realização deste objetivo, efetuou-se um levantamento de dados que inclui diversas fontes, visando à robustez e triangulação dos dados da pesquisa.

Como fontes de dados quantitativos, é utilizado um levantamento de dados de fontes oficiais em Portugal, assim como do Ministério das Relações Exteriores do Brasil. Além disso, foi possível fazer uma caracterização do perfil sociodemográfico dos imigrantes brasileiros em Portugal e dos entrevistados integrantes da comunidade empreendedora brasileira.

Já no tocante ao levantamento de dados qualitativos, foi realizada uma pesquisa qualitativa de cunho exploratório, por meio da análise de 35 entrevistas em profundidade com empreendedores brasileiros dos mais diversos setores, estabelecidos na Região do Porto. A observação participante e notas de campo complementaram a estratégia.

Os principais resultados evidenciam os motivos que levam os imigrantes a saírem do Brasil e estabelecerem-se em Portugal, as principais características dos empreendedores na região do Porto, como se configuram as suas oportunidades de negócio e as barreiras, incluindo as escolhas mercadológicas e mecanismos de *networking*. Desta forma, o estudo evidencia o perfil dos empreendedores brasileiros em Portugal, os seus traços comportamentais, fazendo a descrição dos seus negócios e das relações entre empreendedores e destes com a sua comunidade.

Ao observar o cenário do empreendedorismo brasileiro em Portugal, o estudo dá um contributo para o entendimento da constituição e estruturação dos negócios dos imigrantes brasileiros, dos fatores relacionados e condicionantes. O seu contributo para a gestão decorre da possibilidade de apoiar os empreendedores imigrantes brasileiros para vislumbrar caminhos, tendo como base os casos relatados, para que atuem com maior assertividade na gestão de seus negócios.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Imigração brasileira; Portugal; *Mixed embeddedness*

Abstract

Abstract

This dissertation comprises a study that aims to describe the patterns of entrepreneurship in the Brazilian community in the Porto Region in Portugal, in order to outline a structure, of a possible model that explains the phenomenon of Brazilian immigrant entrepreneurship, in the light of the Brazilian migratory flow, regarding to their aspirations, migratory trajectories and aspects of their entrepreneurial activities.

To accomplish this main objective, a data survey that will include several sources is necessary, aiming at robustness and triangulation of research data.

As sources of quantitative data, a survey of data from official sources in Portugal, as well as from the Brazilian Ministry of Foreign Affairs, will be used. In addition, it was possible to characterize the sociodemographic profile of Brazilian immigrants in Portugal and the interviewees who are members of the Brazilian entrepreneurial community.

Regarding the qualitative data collection, a qualitative exploratory research was conducted through the analysis of 35 in-depth interviews with Brazilian entrepreneurs from various sectors, established in the region of Porto. Participant observation and field notes complemented the strategy.

The main results show the reasons that lead immigrants to leave Brazil and settle in Portugal, the main characteristics of entrepreneurs in the Porto region, how their business opportunities and barriers are configured, including marketing choices and networking mechanisms. Thus, the study highlights the profile of Brazilian entrepreneurs in Portugal, their behavioral traits, describing their businesses and the relationships among entrepreneurs and between entrepreneurs and their community.

By observing the scenario of Brazilian entrepreneurship in Portugal, the study contributes to the understanding of the constitution and structuring of the businesses of Brazilian immigrants, the related and conditioning factors. Its contribution to management stems from the possibility of supporting Brazilian immigrant entrepreneurs to glimpse paths, based on the cases reported, so that they act with greater assertiveness in the management of their businesses.

Keywords: Entrepreneurship; Brazilian immigration; Portugal; Mixed embeddedness

Agradecimentos

Em primeiro lugar, quero agradecer a Deus por ter colocado pessoas espetaculares no meu caminho durante o período que estive estudando no ISCAP em Portugal que de alguma forma contribuíram para a conclusão de mais uma etapa na minha vida.

Agradeço aos meus orientadores Prof. Carlos Filipe de Magalhães Bastos da Mota e Prof. Eduardo Picanço Cruz por terem acreditado neste trabalho, por sempre me incentivar, por toda a contribuição dada para a construção deste trabalho.

Aos brasileiros empreendedores no Porto em Portugal, que se disponibilizaram em compartilhar suas histórias e contribuir para este trabalho.

À minha esposa Gisele Silva: sem seu apoio eu não teria conseguido. Obrigado pelo amor, cuidado, compreensão e companheirismo, por me incentivar sempre a continuar.

Aos meus filhos e em especial a minha filha Camila Silva, que sempre esteve firme nos momentos difíceis que passamos em nossa estada em Portugal e pensávamos em desistir, nos dando palavras de apoio e motivação.

À minha mãe por sempre me incentivar e ao meu pai que sempre tinha uma palavra de conforto de apoio e motivação, mas que infelizmente não está entre nós para ver a conclusão desta etapa, mas tenho a certeza de que de onde estiver estará sempre olhando por mim.

Lista de Abreviaturas e/ou Siglas

EUA – Estados Unidos da América

OIM - Organização Internacional para as Migrações

ONU - Organização das Nações Unidas

MRE - Ministérios das Relações Exteriores

CPLP - Comunidade dos Países de Língua Portuguesa

INE - Instituto Nacional de Estatística

UE – União Europeia

Índice Geral

Índice de Figuras	xvii
Índice de Tabelas	xix
1 - INTRODUÇÃO	21
1.1 Contextualização do Tema.....	22
1.2 Objetivos do Estudo	23
1.3 Metodologia	24
1.4 Estrutura da Dissertação.....	25
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	26
2.1 Introdução.....	27
2.2 Movimentos migratórios contemporâneos	27
2.3 Migração brasileira no Mundo	28
2.4 Brasileiros em Portugal	30
2.5 Empreendedorismo e empreendedorismo imigrante	33
2.6 O cenário do empreendedorismo de imigrantes	35
2.7 <i>Mixed embeddedness</i> nas comunidades de imigrantes brasileiros.....	37
2.8 Conclusão.....	40
3. METODOLOGIA.....	41
3.1 Introdução.....	42
3.2 Estratégia de investigação	42
3.3 Recolha de Dados e Amostra da pesquisa quantitativa	43
3.4 Recolha de Dados e Amostra da pesquisa qualitativa	45
3.5 Tratamento dos Dados	46
3.6 Conclusão.....	47
4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	49
4.1 Introdução.....	50
4.2 Apresentação dos dados quantitativos	50
4.3 Perfil sociodemográfico dos entrevistados.....	52
4.3.2 Escolaridade	53
4.3.5 Setor em que desenvolve a atividade	55

4.3.6 Experiências empresariais, profissionais e familiares.....	56
4.4 Sobre a migração brasileira para Portugal e os entrevistados	57
4.5 O cenário do empreendedorismo de imigrantes	59
4.6 <i>Mixed embeddedness</i> nas comunidades de imigrantes brasileiros.....	62
5. CONCLUSÃO	67
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	73
Apêndice I	85
Anexo A	86
Questionário	86

Índice de Figuras

Figura 1: Cidadãos estrangeiros residentes em Portugal por nacionalidade	31
Figura 2: Títulos de residências concedidos aos brasileiros em Portugal	31
Figura 3: Exemplo de Postagem	45
Figura 4: Distribuição dos entrevistados por estado civil	52
Figura 5: Distribuição dos entrevistados por faixa etária.	53
Figura 6: Distribuição dos entrevistados por nível de escolaridade.....	53

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Brasileiros pelo mundo - ano base 2013	29
Tabela 2: Exemplos de grupos de Facebook.....	44
Tabela 3: Perfil do imigrante brasileiro em Portugal	51
Tabela 4: Distribuição dos entrevistados por nível de escolaridade.....	54
Tabela 5: Público-alvo dos negócios	62

1 - INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização do Tema

A migração não é um fenómeno novo, e gera impactos percebidos nos países de acolhimento (Castles, 2011). A crise migratória síria, de povos oriundos do Norte da África e dos Centro-americanos, tem gerado impactos significativos tanto em relação às políticas sociais quanto na economia, como apontam estudos recentes desses grandes fluxos migratórios (Chernobay, Adamyk, & Malibroda, 2019; Schimmele & Wu, 2015; Summers, 2015; Trenz & Triandafyllidou, 2017; Xie & Gough, 2011).

De um lado há os migrantes económicos, em busca de sobrevivência ou de melhores condições de vida (Borjas, 2018), aliado aos refugiados de guerra e catástrofes naturais, que buscam refúgio em países desenvolvidos (Castles, 2011). Por outro lado, há os que querem se aposentar em outro país, ou meramente querem alavancar suas carreiras académicas ou executivas, indo estudar fora, para depois se estabelecerem em algum país do exterior. Esse é o caso dos imigrantes que criam *startups* avançadas (Wadhwa, Saxenian, Rissing, & Gereffi, 2007).

Dado que nem todos os imigrantes possuem qualificação profissional ou recursos financeiros para realizarem uma trajetória regular (Cruz, Falcão, Mancebo, & Castro, 2017), muitos desses migrantes abandonam um roteiro de trajetória e usam dos meios possíveis para chegar ao objetivo de morar em outro país.

No caso dos brasileiros imigrantes, estudos apontam para uma recente da emigração para Portugal, com características diferenciadas (França & Padilla, 2019; Souza & Iorio, 2018), com crescente contingente e diversidade de perfil, que inclui além do contingente principal constituído por migrantes económicos, uma quantidade crescente de brasileiros com boa capacidade financeira, alto grau de qualificação profissional, em paralelo com estudantes de mestrado, doutorado e investigadores e os que procuram aposentar-se na Europa.

Nesse sentido, a academia tem apontado para o empreendedorismo como uma das formas mais prementes de ascensão económica do imigrante (Cruz, Falcão, & Barreto, 2017; Portes & Zhou, 1992). Esse reconhecimento crescente de que o empreendedorismo está no cerne da capacitação económica, cria desafios novos e perspectivas emergentes, como o empreendedorismo imigrante.

Trabalhos seminais como (Portes & Zhou, 1992) reforçados por diversos artigos ao longo dos anos (Cruz & Falcão, 2017) afirmam que o empreendedorismo e o autoemprego são formas possíveis de inclusão dos migrantes económicos nas sociedades anfitriãs ocidentais (Akbar, 2019) a literatura aponta para um crescente interesse em pesquisas sobre “empreendedorismo étnico e imigrante” em todo o mundo, devido à globalização e à disseminação da migração internacional (Cruz, Falcão, & Barreto, 2017; Dheer, 2018). No entanto, os estudos sobre o empreendedorismo de imigrantes brasileiros são mais recentes, concentrando-se em aspetos da sua trajetória migratória e empreendedora no exterior (Cebulko, 2018; Cruz, Falcão, & Barreto, 2018; Shishito & Baeninger, 2016) bem como sobre o empreendedorismo de imigrantes no Brasil (Diniz, Oliveira Guimarães & Fernandes, 2019; Magalhães, Bógus & Baeninger, 2018). Os seus resultados têm proporcionado a consolidação do campo de estudos de empreendedorismo étnico e imigrante dos pequenos e

médios empreendedores brasileiros no exterior. A investigação tem revelado dados robustos e substanciais, não cobertos pelos modelos tradicionais de internacionalização de negócios, embora aderentes aos estudos de empreendedorismo transnacional (Cruz, Ramos, Falcão, & Amaral, 2017) ou empreendedorismo imigrante realizados na América do Norte, Europa e Oceânia (Cruz, Barreto, & Pinto, 2015).

Portugal como país de acolhimento tem-se vindo a tornar uma sociedade cada vez mais diversa, resultado do aumento da migração, que explica o surgimento de uma significativa população brasileira. Simultaneamente, observa-se a escalada do empreendedorismo entre essa comunidade, refletido no crescimento das empresas promovidas por imigrantes brasileiros. A conexão histórica entre Portugal e o Brasil faz com que o primeiro seja um destino de escolha preferencial para os brasileiros, e constitua uma das maiores comunidades migrantes e de crescimento mais rápido em Portugal. Mas pouco se sabe sobre o perfil empreendedor dos brasileiros em Portugal.

Por esta razão, são necessários estudos sobre o empreendedorismo com foco no grupo migrante constituído pela comunidade brasileira. Isso ajudará a tomar conhecimento sobre o seu empreendedorismo e a refinar suposições sobre os seus comportamentos e estratégias.

Em relação à contextualização e aos modelos teóricos sobre o tema, a pesquisa bibliográfica (Cruz & Falcão, 2017) revelou que as teorias do 'empreendedorismo étnico' e do 'empreendedorismo imigrante' são as que mais se adequam ao estudo proposto, já que a abordagem inicial da internacionalização de pequenos e médios negócios não se demonstrou completamente adequada.

(Portes & Zhou, 1992) destacam não ser possível chegar-se a um construto teórico sólido sem antes analisar as trajetórias e as raízes para a mobilidade económica de diversas etnias. Nesse sentido, os contextos distintos de imigração e empreendedorismo de diferentes etnias trazem reflexões quanto à interação de fatores como o capital humano, social e económico, com as configurações institucionais de cada país (acesso ao crédito, legislação, cultura, infraestrutura), a dita mixed embeddedness (Rath & Kloosterman, 2000).

1.2 Objetivos do Estudo

O objetivo geral deste estudo é agregar conhecimento ao campo do empreendedorismo migrante brasileiro. Dar um contributo para a literatura académica ao apresentar uma investigação empírica que discute alguns aspetos do empreendedorismo imigrante brasileiro na Região do Porto, em Portugal.

O ponto de partida para explorar o empreendedorismo e as identidades empresariais da comunidade migrante brasileira em Portugal centra-se na seguinte de investigação: "Em que medida o contexto ambiental e as características pessoais influenciam os processos, procedimentos e resultados do empreendedorismo imigrante na comunidade brasileira em Portugal?".

Desta questão principal derivam outras de natureza secundária. Qual é o estado do empreendedorismo imigrante brasileiro na sociedade portuguesa atual? Quais são as razões que levam os imigrantes a deixar o Brasil? Como se fizeram empreendedores? Quais são os fatores que

levam os indivíduos a criar um negócio? Que fatores retardam o empreendedorismo imigrante? Quão evoluído está o seu empreendedorismo? Que conhecimentos, experiências e recursos estavam disponíveis para identificarem e explorarem oportunidades? A compreensão dos antecedentes e consequências do empreendedorismo imigrante ajuda na formulação de um diagnóstico que, por sua vez, ajudaria a desenvolver estratégias de promoção do empreendedorismo imigrante?

Todas essas questões podem e devem ser analisadas.

Nesse sentido, o estudo pretende evidenciar as relações entre os empreendedores e a sua comunidade, no tocante aos seguintes aspetos: (i) perfil sociodemográfico (ii) razões para emigrar; (iii) a comunidade brasileira vista pelos empresários; (iv) a experiência de trabalho em Portugal (pré-empreendedorismo); (v) a ação para empreender; (vi) a confiança e desconfiança entre os brasileiros, e o seu impacto nos negócios.

Do ponto de vista teórico, visa contribuir para o entendimento da estruturação de negócios de imigrantes brasileiros, os seus fatores relacionados e condicionantes, ao utilizar o *framework* da *mixed embeddedness* (Rath & Kloosterman, 2000) como ótica de análise.

Numa perspetiva de gestão, pretende-se trazer uma contribuição para apoiar os empreendedores imigrantes brasileiros no sentido de vislumbrarem caminhos. Portanto, ao tomarem como base os casos relatados, poderiam atuar com maior assertividade na gestão dos seus negócios.

Em síntese, a investigação tem como objetivo investigar a adaptação da comunidade imigrante brasileira à sociedade portuguesa e como se define através do empreendedorismo. Observar o nível de adaptação em função do meio ambiente e procurar respostas sobre a sua influência na construção das identidades empreendedoras. A sua justificação está cimentada no desejo de compreender melhor a comunidade de empreendedores migrantes brasileiros, dando um contributo para desenvolver estratégias focadas na promoção do empreendedorismo da diáspora.

1.3 Metodologia

O estudo tem uma natureza exploratória que, segundo (Vergara, 2005), é sugerida para temas pouco explorados em pesquisas ou que estejam em fase preliminar.

Quanto aos meios, este projeto classifica-se como investigação de campo, pois envolverá aplicação de questionários e entrevistas pessoais; investigação documental, dada a necessidade de análise de documentos e registos de órgãos brasileiros e locais; e pesquisa bibliográfica para dar sustentação aos argumentos do trabalho e, eventualmente, oferecer contribuições seguras às teorias (Vergara, 2005).

A abordagem de investigação é mista, isto é, tem uma vertente quantitativa embora seja no fundamental qualitativa. Os dados primários são coletados, principalmente, através da aplicação de um questionário e entrevistas. O estudo oferece dados de entrevistas efetuadas a um grupo de 35 empresários brasileiros que vivem, possuem e operam negócios na região do Porto. Utiliza o *framework* da *mixed embeddedness* (Rath, & Kloosterman, 2000) como ótica de análise. O escopo

do estudo abrange três componentes distintos e ligados: o indivíduo empreendedor, a organização empreendedora e o meio ambiente, formando a base teórica que define um conceito empresarial multidimensional. Nesse sentido, o estudo envolve três níveis, a saber: no nível micro centra-se no processo de tomada de decisão e na inspiração dos indivíduos para serem empreendedores; no nível meso, foca-se nos determinantes setoriais e fatores específicos do mercado, como oportunidades de negócio; no nível macro combina os níveis micro e meso e foca a variedade de fatores ambientais (económicos, políticos, culturais, etc.).

A investigação recorre ainda à análise interpretativa do discurso ou narrativa, sendo uma metodologia apropriada no sentido de que engloba tanto elementos do indivíduo quanto do ambiente. O levantamento de dados secundários sobre os negócios e as localidades em que se concentra a população brasileira em Portugal será a etapa inicial, assim como o estudo bibliográfico sobre o tema.

1.4 Estrutura da Dissertação

Além do presente capítulo I, que contém a abordagem inicial ao tema e no qual se caracteriza sucintamente a investigação, contém quatro capítulos adicionais.

No capítulo II, expõe-se a fundamentação teórica. É efetuada uma revisão da literatura relevante que permite explicar, contextualizar os tópicos e questões relacionadas com o empreendedorismo imigrante e a comunidade brasileira. Ao fazê-lo, procura-se compreender os conceitos teóricos aplicados em geral na investigação, sendo revistos alguns estudos empíricos sobre o tema. Assim, a estrutura concetual ajudará a uma compreensão mais profunda do processo que leva os imigrantes a aproveitar a estrutura de oportunidades e fazerem-se empreendedores. O capítulo ainda inclui uma análise da imigração brasileira em Portugal.

No capítulo III, justifica-se as decisões metodológicas adotadas, de forma a articular a parte teórica com a parte empírica da dissertação. O estudo é uma análise de base qualitativa, que se preocupa particularmente com os processos, procedimentos e percepções. As entrevistas são o método de coleta de dados, fortalecido por dados secundários para melhor apreensão do estudo.

O capítulo IV apresenta e discute os resultados obtidos à luz dos objetivos de investigação e do referencial teórico do estudo. Revela o estado e o status do empreendedorismo brasileiro em Portugal, o movimento empreendedor, o processo de transformação das atividades empresariais, a dialética e dilemas do seu empreendedorismo. Os temas dos resultados do estudo são agrupados em três categorias: migração brasileira para Portugal e os entrevistados; o cenário do empreendedorismo de imigrantes; e o *mixed embeddedness* nas comunidades de imigrantes brasileiros. O capítulo sintetiza as questões de discussão para demonstrar que o empreendedorismo imigrante é influenciado pela combinação de forças em vários níveis.

O capítulo V é a parte conclusiva do estudo. Apresenta-se as conclusões gerais a que a investigação permitiu chegar e respetivas implicações práticas e contribuições teóricas, e por fim identifica-se as limitações e sugere-se linhas de investigação para novos e futuros estudos que venham contribuir com mais conhecimento sobre a temática desenvolvida.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Introdução

O capítulo está organizado em secções tendo em vista abordar por tópicos os pontos mais significativos da revisão de literatura, nas suas contribuições teóricas e empíricas, mas também efetuar uma análise sobre a imigração brasileira em Portugal. Começa por analisar a importância das migrações modernas, da migração brasileira no mundo e o peso da sua comunidade em Portugal, para depois delinear o campo do empreendedorismo, o que ajudará a contextualizar da secção seguinte, focada no domínio do empreendedorismo imigrante.

2.2 Movimentos migratórios contemporâneos

Os movimentos migratórios não são processos recentes de mobilidade humana, são movimentos já antigos (Cruz & Falcão, 2017). Porém, o fenómeno migratório é complexo, interdisciplinar e demanda ação intergovernamental (Koikkalainen & Kyle, 2016). Na atualidade, apesar das dificuldades de movimentação causadas pela pandemia do COVID-19, as migrações ainda despertam um intenso debate na sociedade (Dandekar & Ghai, 2020). Por exemplo, o novo presidente americano, Joe Biden, reverteu a orientação do governo anterior, propondo uma lei de imigração que, se for aprovada, levará a um aumento anual de 35% nos números de *green cards* emitidos. Isso significaria quase 1,5 milhão de vistos de residência permanentes (Sangani, 2021). Fica assim evidente que a forma como os imigrantes devem ser tratados e inseridos no meio social do país de acolhimento e até mesmo o impacto na economia local podem influenciar as decisões políticas (Cruz, Falcão, & Barreto, 2017).

O mundo tem vivenciado fluxos migratórios em larga escala, a crescente mobilidade humana vem ganhando destaque no cenário mundial e milhões de pessoas procuram melhores condições de vida em outros países devido as guerras, dificuldades económicas e pobreza bem como a crises políticas como é o caso recente da Venezuela. Muitos destes refugiados devido à sua condição de pobreza e situação desumana em que vivem nos seus países de origem, procuram entrar no território europeu ou norte americano de várias formas, quer seja por terra ou por mar, gerando por parte das autoridades dos países acolhedores e das Organizações das Nações Unidas - ONU um debate aceso sobre o tema em questão.

Para que se possa entender melhor o processo é importante ter-se com mais clareza o sentido dos movimentos migratórios, bem como entender melhor o que motivam essas mudanças.

A decisão de migrar pode conter e resultar de uma série de questões, políticas, económicas e sociais que levam as pessoas a decidirem mudar de país. Vários estudos procuraram contribuir para a análise do tema sob vários ângulos de análise como as ciências sociais, os estudos urbanos e o empreendedorismo. Alguma literatura destaca a importância dos impactos sociais e económicos desse grande êxodo migratório (Cruz, Falcão, & Barreto, 2017).

Segundo o relatório World Migration de 2020, da OIM, em 2019 existiam aproximadamente 272 milhões de migrantes internacionais no mundo, cerca de 3,5% da população mundial. Mas, sendo a população mundial constituída por pouco mais de 3% de imigrantes, em países desenvolvidos esse peso da imigração pode chegar a 10% (Cruz, Falcão, & Petri, 2018) O aumento de migrantes

internacionais tem sido evidente ao longo do tempo - tanto numericamente quanto proporcionalmente - e a um ritmo um pouco mais rápido do que o previsto, sendo que a maioria desses emigrantes residem em países ricos e industrializados. Os principais destinos dessa migração são os países mais industrializados entre eles os países europeus.

O processo de migração pode ser desencadeado por diversos fatores como, por exemplo, em consequência de desastres naturais, guerras, questões políticas, étnicas ou culturais, mas também podem ser associadas a estudos, melhores condições de trabalho e de vida. Os migrantes deixam o seu país de origem com perspectivas de melhor vida em outros países.

A migração pode promover vários problemas socioeconómicos, o que ajuda a explicar algumas das medidas restritivas adotadas pela maioria dos países desenvolvidos com o objetivo de limitar a entrada de imigrantes. Por exemplo, esses países tomar decisões que permitem selecionar profissionais qualificados, principalmente em áreas como as tecnologias da informação, engenharia e investigadores académicos, provocando desta forma a fuga de intelectuais dos países em desenvolvimento, assim como pessoas com aptidões que são bem recebidas nesses países de acolhimento.

O aumento da imigração teve o seu auge na Europa em 2015, levando os países a adotarem medidas para conter esse fenómeno, tendo de estabelecer políticas de imigração, regras comuns de atuação e reformas a fim de garantir a segurança nas fronteiras. A política de imigração a nível europeu lida com a migração regular e a migração irregular. Relativamente à migração regular, a UE fixa as condições para as entradas legais e de residência. Os Estados-Membros mantêm o direito de determinar os volumes de admissão das pessoas oriundas de países terceiros em busca de emprego e melhores condições de vida. Entretanto, também precisam lidar com a entrada irregular de imigrantes, especialmente no que se refere a uma política de repatriamento que respeite os direitos e garantias fundamentais.

De acordo com estas premissas, a imigração representa um desafio e ao mesmo tempo uma oportunidade para os países de acolhimento.

2.3 Migração brasileira no Mundo

As migrações modernas exibem diversas facetas, a depender do contexto na qual estão inseridas, sendo determinadas pelos recursos reunidos pelos migrantes e pela sua capacidade de mobilizá-los, amplamente afetados pelo contexto ou classe socioeconómica (Van Hear, 2014).

Se por um lado, os migrantes económicos empenham os seus esforços em rotas terrestres e marítimas, conhecidas e perigosas, para atingir um destino almejado, diversos imigrantes qualificados empreendem jornadas migratórias para países que possuem políticas de migração seletiva, ou mesmo para aqueles que 'recrutam' imigrantes online, como o Canadá (Zong, & Lu, 2017). Conforme afirma (Van Hear, 2014), o acesso às diferentes combinações de formas de capital económico, social e cultural, moldam as suas rotas, meios e destinos migratórios.

Diferentemente das seculares migrações dos irlandeses para os EUA, ou da diáspora judaica para os países europeus (Elo & Volovelsky, 2017), a diáspora brasileira é um fenómeno recente, tendo sido incrementada a partir da década de 1980 (Margolis, 2013) devido sobretudo à estagnação económica e à hiperinflação.

De acordo com dados extraídos do Ministério das Relações Exteriores - MRE (2020) a comunidade migratória brasileira mais consolidada e numericamente mais robusta está situada nos Estados Unidos, Japão, Paraguai e mais recentemente em Portugal (Tabela 1). A Austrália e Canadá são os destinos favoritos de jovens imigrantes. Embora ambos sejam países continentais que se assemelham ao Brasil, um ponto de diferenciação entre ambos diz respeito a seu clima (Cruz & Falcão, 2017).

Portugal, por ter facilidade na língua, cultura e por estar estrategicamente localizado no centro da Europa, tem vindo a tornar-se o destino preferido dos brasileiros.

Tabela 1 - Brasileiros pelo mundo - ano base 2013

Estimativa	País
1.315.000	Estados Unidos da América
349.842	Paraguai
179.649	Japão
166.775	Portugal
128.638	Espanha
120.000	Reino Unido
113.716	Alemanha
81.000	Suíça
70.000	França
69.000	Itália
48.000	Bélgica
47.045	Argentina
39.300	Canadá
38.700	Guiana Francesa
28.546	Bolívia

Fonte: Dados do MRE (2020)

Particularmente no tocante à migração brasileira para a Europa, o facto de o país ter recebido muitos imigrantes desse continente no início do século passado, além de ter sido uma colónia portuguesa, gerou relações de ancestralidade que promovem a busca por cidadania. Muitos imigrantes, portanto, saem do Brasil com sua cidadania reconhecida, ou mesmo viajam com a certeza de que conseguirão regularizar-se após a sua chegada (Cruz, Falcão, Barbosa & Paula, 2020).

O facto de Portugal e Brasil integrarem o acordo CPLP – Comunidade de Países de Língua Portuguesa, permitiu a partir de 2003 aos cidadãos dos estados-membros desta comunidade a facilidade de livre circulação entre os países. Abriu ainda a possibilidade de vistos com validades mínimas de um ano a um conjunto específico de cidadãos, tais como: homens de negócios, cientistas, profissionais liberais, investigadores e/ou pesquisadores, etc. Os Decretos n.ºs 40 e 43 de 19 e 24 de setembro de 2003, respetivamente, estabeleceram ainda a isenção de vistos para estadias até 90 (noventa) dias prorrogáveis por igual período, para fins artísticos, culturais, científicos, empresariais, de artigo académico, jornalísticos ou desportivos, com o intuito de tornar mais fácil e fluida a circulação dos membros do Brasil e Portugal.

Tanto (França & Padilla, 2018) quanto (Souza & Iorio, 2018), destacam nos seus estudos, que o ressurgimento recente da emigração brasileira para Portugal possui características diferenciadas, que denotam não só uma expressividade numérica, mas também uma diversidade de perfil. São indivíduos com maior capacidade financeira e empreendedora, alto nível de qualificação profissional e também os que buscam qualificação (estudantes de mestrado e doutorado e investigadores no exterior).

2.4 Brasileiros em Portugal

A imigração em Portugal, assim como em toda a Europa, é uma questão que tem mobilizados muitas discussões, e tem gerado uma quantidade enorme de transformações culturais e sociais no país.

Com uma população nacional de 10,4 milhões de habitantes aproximadamente, conforme dados do Instituto Nacional de Estatística – INE, a população estrangeira já representa cerca de 5,7% da população em Portugal.

Segundo o Serviço de Estrangeiros e Fronteiras - SEF havia no final de 2019 um total de 590.348 cidadãos estrangeiros titulares de autorização de residência em Portugal, revelando um acréscimo de 22,9% em relação a 2018, valor mais elevado registado desde sempre. Destes, os brasileiros eram 151.304, sendo a principal nacionalidade estrangeira a viver no país, representando 25,6% da população de imigrantes residente legalmente em Portugal, conforme gráfico abaixo (Ribeiro et al., 2020). Aumentou 45,5% em relação a 2018, reforçando a tendência de crescimento que se verificava desde 2016.

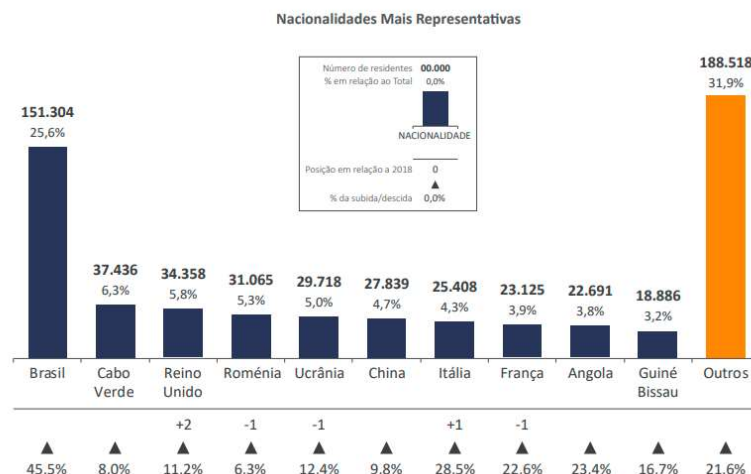


Figura 1: Cidadãos estrangeiros residentes em Portugal por nacionalidade
Fonte: Serviços Estrangeiros e Fonteiros/2020

Em contraponto, as últimas estatísticas brasileiras oficiais referem que 166.775 indivíduos moravam em Portugal, sendo que o consulado do Porto registava uma comunidade de 31.561 indivíduos (Brasil, 2016). Porém, dado que muitos desses brasileiros também são cidadãos portugueses, há uma distorção da estatística, fazendo com que provavelmente os números não traduzam a realidade da dimensão dessa comunidade.

Os motivos mais relevantes na concessão de novos títulos de residência para os imigrantes brasileiros em Portugal são, de acordo com o SEF (Ribeiro et al., 2020), a atividade profissional e o reagrupamento familiar. São também motivos representativos o CR (cartão de residência de familiar do cidadão da UE nacional de estado terceiro) e o estudo.

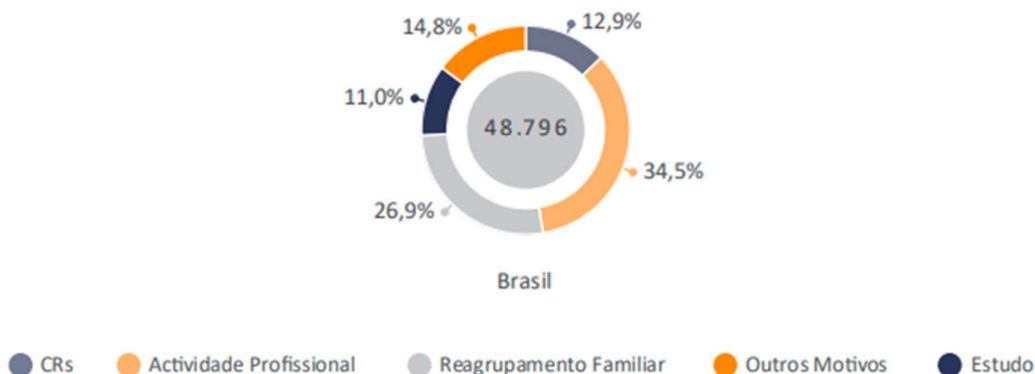


Figura 2: Títulos de residências concedidos aos brasileiros em Portugal
Fonte: Serviços Estrangeiros e Fonteiros - 2019

O regime especial de autorização de residência para atividade de investimento, habitualmente designado por ARI, que permite a obtenção de autorização de residência temporária com dispensa de visto de residência, em termos quantitativos, permite evidenciar que 210 cidadãos brasileiros obtiveram decisão favorável em 2019. Ainda neste ano de 2019, foram emitidos um total de 22.928

de pareceres positivos a pedidos de aquisição da nacionalidade portuguesa, por parte de imigrantes brasileiros.

Pode-se verificar ainda que, este fenómeno do fluxo de imigração de brasileiro para Portugal, pode ter sido facilitado pelo Decreto n.º 34 de 30 de julho de 2003, no âmbito do acordo CPLP, pois um estudo realizado por (Iorio & Fonseca, 2018) revelou que o Brasil é o país estrangeiro com maior número de estudantes brasileiros matriculados no ensino superior português. Este fenómeno revela-se devido às políticas governamentais e às medidas adotadas para a internacionalização e as estratégias de mobilidade estudantil internacional. Ainda segundo este estudo, 32% do total de estudantes em mobilidade internacional são brasileiros.

O trabalho realizado por (Iorio & Fonseca, 2018) revela que a valorização da vida académica, o intercâmbio e a experiência vivida no exterior, a importância da mesma língua, a procura por novas culturas e a existência de relações formais por meio de convénios entre os Institutos Politécnicos e Universidades, tanto brasileiras quanto portuguesas, faz com que Portugal seja escolhido como o principal país de destino destes estudantes.

Duas pesquisas de perfil foram realizadas nos últimos anos, uma patrocinada pelo Itamaraty (Barbosa & Lima, 2020) e outra independente, realizada pela Universidade Federal Fluminense (Cruz, Falcão, Barbosa & Araújo, 2019). A primeira, identificou que a emigração brasileira para Portugal retomou o crescimento entre 2017 e 2018. Os autores mostraram que a grande maioria dos respondentes eram dos Estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais. Sobre a escolha por Portugal, revelaram que os laços históricos foram o fator principal que alavancou essa emigração. Além disso, atestaram o que o próprio cenário político-social e o aumento da violência no Brasil foram fatores que influenciaram adicionalmente nessa decisão (Barbosa & Lima, 2020).

(Cruz, Falcão, Barbosa & Araújo, 2019) identificaram que a maior parte dos respondentes eram do sexo feminino (62%), com perfil jovem (na faixa compreendida entre 20 e 40 anos). Ainda segundo os autores, muitos declaram ir em busca de oportunidades melhores, segurança e qualidade de vida, facto que pode estar associado ao alto grau de escolaridade dos entrevistados. Ainda apontam que quase 90% estão há menos de cinco anos residindo no país e quase metade pretende ficar para sempre. Grande parte saiu do Brasil com visto de estudante, para reivindicar cidadania ou com visto de turista, o que reflete suas condições de residência - na sua maioria morando com a família ou dividindo apartamento com amigos. Os que só trabalham, só estudam ou trabalham e estudam são também a maioria, enquanto os que estão procurando oportunidade para empreender estariam em menor quantidade. Além disso, os respondentes afirmam ter escolhido Portugal pela facilidade do idioma, pelo clima, pela proximidade cultural, por terem dupla nacionalidade, ou devido ao custo de vida e à segurança.

Trabalhos anteriores sobre a imigração brasileira identificam também mecanismos de desconfiança entre os compatriotas (Cruz, Falcão, & Barreto, 2017) no seio das comunidades brasileiras. No entanto, também foram identificados mecanismos de ajuda e tipos de associações amigáveis dentro das redes institucionais de auxílio, que incluem as câmaras de comércio e as associações de

imigrantes, ver (Cruz, Falcao, et al., 2018), ou mesmo as igrejas ou templos religiosos ver (Martes & Rodriguez, 2004; Rocha & Vásquez, 2014; Serafim, Martes, & Rodriguez, 2012).

2.5 Empreendedorismo e empreendedorismo imigrante

O empreendedorismo como conceito tem evoluído ao longo do tempo e tem sido aplicado a muitas coisas, ou seja, fixou-se em todos os cenários da sociedade, com e sem fins lucrativos, público e privado, cultural, social, além da associação tradicional ao domínio dos negócios e do comércio (Steyaert & Katz, 2004). A linguagem do crescimento económico é cada vez mais expressa pela criação de empreendedorismo, e espera-se que o instrumento de criação de empregos seja conduzido pelas mãos dos empreendedores. (Baumol, 1990) argumenta que os empreendedores são vistos como estando presentes durante os grandes saltos no crescimento económico.

É pertinente analisar a literatura sobre o conceito empreendedorismo para compreender a personalidade do empreendedor, a orientação empreendedora e os formatos de empreendedorismo. Essa caracterização melhora também o entendimento de quem é o empresário migrante.

Não há um consenso sobre a definição de empreendedorismo (Filion, 1998), e uma revisão da literatura revela uma ampla gama de definições, por vezes contraditórias. O termo evoluiu com o tempo e a atração do empreendedorismo por muitos campos interdisciplinares, como psicologia, sociologia, economia, estudos culturais, políticos e históricos contribuiu para o dilema de definição. Por exemplo, estudos psicológicos enfocam os motivos dos indivíduos e traços característicos que moldam a disposição psicológica dos indivíduos, enquanto os estudos sociológicos enfocam a formação coletiva dos empreendedores.

Basicamente, os empreendedores são as pessoas que criam e desenvolvem empresas, enquanto o empreendedorismo é o processo pelo qual os empreendedores criam e desenvolvem essas empresas (Thornton, Ribeiro-Soriano, & Urbano, 2011). Também é retratado como manifestação de valores culturais e interpretado como a expressão de grande necessidade de realização (McClelland, 1961). Como conceito multidimensional, a sua definição depende em grande parte do foco da investigação realizada Kaufmann, & Dant, (1998) categorizam as definições de empreendedorismo em três perspectivas; características, processos e atividades. (Chua, Chrisman, & Sharma, 1999) afirmam que o empreendedorismo enfoca as suas características (inovação, crescimento, singularidade) e os resultados (criação de valor). O empreendedorismo como processo consiste numa cadeia de eventos e atividades que ocorrem ao longo do tempo envolvendo a identificação de oportunidades de negócios potencialmente lucrativas (Baron, & Shane, 2008).

A literatura sobre empreendedorismo centrou-se predominantemente nas motivações empreendedoras. Aceitou que o talento empreendedor, a tendência para assumir riscos e o desejo de criar um negócio como sendo intrínsecos ao indivíduo. Isso foi referido de várias maneiras na literatura por Schumpeter, (1961) como um impulso inovador ou McClelland, (1961) como uma necessidade de realização. Muitos outros fatores alimentam a personalidade de um empreendedor, além da afirmação de características inatas de realização e trabalho árduo. O nível de escolaridade

é importante, embora as opiniões se dividam quanto à relevância do nível de escolaridade na decisão de trabalhar por conta própria.

Shapero, (1984) concentra-se no evento empreendedor em vez da pessoa, afirmando que os indivíduos se envolvem em ações empreendedoras devido a razões como trabalho, circunstâncias familiares, inércia e "empurrões". Os impulsos incluem fatores externos, como movimentos migratórios ou mudanças relacionadas com o trabalho e também fatores "internos" como mudanças de atitude ou efeitos de idade. Outros fatores incluem a recompensa financeira, valores pessoais, família, colegas, experiência de trabalho conjuntamente com percepções de viabilidade, como o suporte financeiro ou a evidência de sucesso. As influências ambientais no empreendedorismo também geraram grande quantidade de estudos, muitos dos quais tentaram avaliar empiricamente o impacto das características no empreendedorismo e criação de empresas, embora com pouco sucesso.

Desta forma, o empreendedorismo pode ser expresso numa série de contextos. Por exemplo, pode ser estudado com base na sua definição como criação de novas empresas (Low & MacMillan, 1988), mas isso limita o estudo a *start-ups* e ao seu crescimento inicial. De igual modo, adquirir um negócio ou empresa existente pode ser considerado empreendedorismo (Gartner, 1984). As inúmeras tipologias de empreendedorismo concebidas pelos investigadores servem para apontar as várias dimensões do processo empreendedor. Essas perspectivas alternativas ilustram as diferenças no empreendedorismo como resultado de várias combinações de fatores individuais, de grupo, organizacionais ou ambientais que influenciam como e por que o empreendedorismo ocorre da maneira que ocorre (Lumpkin & Dess, 1996). Como resultado, surgiram em investigações designações tais como empreendedorismo imigrante ou empreendedorismo étnico.

O empreendedorismo imigrante pode ser visto como um subconjunto dentro do domínio geral do empreendedorismo. As características do empreendedorismo imigrante podem ser explicadas por meio de teorias, modelos e conceitos, sendo também mencionados os recursos que os empreendedores imigrantes exploram em busca de oportunidades económicas.

Com o passar dos anos, o papel do empreendedor tem sido de suma importância para o desenvolvimento e crescimento da economia no mundo. Estudos clássicos sobre a importância do empreendedor, tais como Cantillon citado por Hébert & Link, (1988) e Knighth citado em Casson, (1982), defendem que uma das características do empreendedor é a capacidade de assumir riscos e de lidar com as incertezas. Essas características são comuns no comportamento daquele que migra, que terá que enfrentar situações novas e desafiadoras no país de acolhimento.

(Halter, 2007) menciona que um dos resultados da sua investigação conduzida em Boston revela a importância do empreendedorismo étnico como escola para futuros empreendedores, tendo em vista que o mesmo tem efeito multiplicador e pode fornecer base para coétnicos e imigrantes de segunda geração empreenderem no futuro.

O empreendedor imigrante tem conquistado a atenção de diversos estudiosos sobre o tema. O pioneiro foi o sociólogo Light (1972), que posteriormente ganhou força com os estudos de

investigadores como: Portes & Zhou (1992, 2012), Portes, & Rumbaut, (2014), (Portes & Shafer, 2007), (Waldinger, Aldrich, & Ward, 1990), (Sanders & Nee, 1987, 1996), (Martes, 2016), (Martes & Rodriguez, 2004) e (Halter, 2007) entre outros. Os estudos realizados documentam conceitos importantes para a diferenciação do tipo de negócio exercido pelo imigrante e em que âmbito ele ocorre. Dessa forma, para se discutir o empreendedorismo imigrante é importante reconhecer as suas diferentes denominações e peculiaridades.

2.6 O cenário do empreendedorismo de imigrantes

Dado que o cenário de migrações sempre esteve presente na história da humanidade, e que a crise migratória assume diversos aspetos (Castles, 2011), é importante pontuar as distintas formas de entrada dos imigrantes nos países de acolhimento.

A primeira via seria composta pelas rotas de entrada regulares, que ocorrem quando estes imigrantes ingressam nas nações de acolhimento quer seja por meio do visto de estudante, visto de trabalho, de refugiado, de matrimônio ou de investidor (Cruz, Falcão, & Mancebo, 2019). Já a segunda via, incluiria algumas opções de entrada irregular nos países de acolhimento, sendo que muitas vezes estes imigrantes percorrem rotas arriscadas de travessia de fronteiras com “coiotes” – como os mexicanos e centro-americanos adentrando as divisas norte-americanas (ver Palivos, 2009). Ainda dentro das rotas irregulares estão as entradas triviais com visto de turistas, que podem inclusive estar associadas ao crime organizado ou tráfico de seres humanos (ver Väyrynen, 2005).

O facto é que, independentemente do seu modo de entrada, a opção de imigrantes pelo autoemprego (ou em alguns casos o subemprego), fazem parte de estratégias de sobrevivência (Portes & Zhou, 1992), o que é evidenciado nos imigrantes sírios que chegam à Europa ou América do Norte (Mawson & Kasem, 2019). Sendo assim, alguns grupos étnicos têm tradicionalmente altas taxas de trabalho autónomo, como é o caso dos paquistaneses no Reino Unido (Clark, Drinkwater & Robinson, 2017).

De acordo com (Halter, 2007), ao chegar ao país de acolhimento, alguns imigrantes enfrentam uma série de barreiras, inclusive para obtenção de emprego no mercado formal de trabalho. Por vezes, esse cenário torna a sua adaptação complexa, exigindo aprendizagem, criatividade, cooperação entre indivíduos e acesso a comunidades étnicas existentes no local de acolhimento. Essas dificuldades tornam os imigrantes menos competitivos no mercado de trabalho formal quando comparados aos nativos, o que estimula iniciativas empreendedoras entre eles como forma de superar as restrições económicas e de sobrevivência (Halter, 2007; Portes & Jensen, 1989); (Zhou, 2004).

Nesse sentido, (Peroni, Riillo & Sarracino, 2016) tentam explicar a relação entre a imigração e o autoemprego. Segundo os autores, os imigrantes em situações de desvantagem são mais propensos a empreender, uma vez que encontram dificuldades em se colocarem no mercado de trabalho. Os imigrantes com maior repertório cultural, melhores padrões de comportamento e fluência na língua do país de acolhimento apresentam mais probabilidade de inclusão no mercado de trabalho. E quando o imigrante com esse perfil se torna empreendedor é por oportunidades

percebidas, e não por necessidade. Referem ainda que a mão de obra imigrante altamente qualificada é fonte de empreendedorismo principalmente no setor de alta tecnologia (Cruz et al., 2017; Zhou, 2004).

Assim, o empreendedorismo de pequeno porte ou o autoemprego, quer seja de imigrantes asiáticos (Clark, Drinkwater, & Robinson, 2017; Mawson & Kasem, 2019) ou de brasileiros (Cruz et al., 2019) estabelecidos no exterior, parece derivar mais de iniciativas individuais de empreendedores auto motivados e focados, do que do suporte das associações de apoio aos empreendedores (Brum, 2018).

Mesmo havendo diferenças significativas quanto às características socioeconômicas, ao grau de proficiência na língua local e ao ano de entrada no país de acolhimento, o fenômeno da imigração qualificada para países Europa ou América do Norte ocorre entre indianos, chineses ou latino americanos (Dossani, 2002; Kerr, & Kerr, 2020). Nesse sentido, os imigrantes com alto grau de qualificação podem tanto envolverem-se em empregos formais, com altos salários, quanto criarem start-ups inovadoras (Wadhwa, Saxenian, Rissing & Gereffi, 2007).

Os empreendedores que possuem uma baixa qualificação profissional e educacional, assim como os que sofrem com práticas discriminatórias (mesmo que veladas) - por exemplo, que possuam um sotaque que soe estranho ou dificuldades em se expressar o idioma local, ver (Colakoglu, Yunlu & Arman, 2018; Collins, & Low, 2010), acabam empreendendo com foco no suprimento de produtos e serviços de alimentação, vestuário ou serviços específicos que atendam suas comunidades étnicas e co-étnicas (Falcão, Cruz, Piccoli & Mancebo, 2020; Drori, Honig & Wright, 2009). Essas barreiras geram limitações quanto ao acesso de crédito bancário ou a um emprego desejado, devido à sua falta de experiência nas normas e ambiente de negócios do país de acolhimento (Zhou, 2004).

Portanto, uma interação de diferentes fatores, como os aspetos culturais, nível educacional, redes sociais, e relativos ao ambiente institucional do país de acolhimento, podem explicar a criação de negócios imigrantes, o que foi consolidado no framework de (Rath & Kloosterman, 2000), chamado de *mixed embeddedness*.

Em comunidades brasileiras, autores como (Cruz et al., 2019) e (Rocha, Esteves, Mello & Silva, 2015) evidenciaram como emerge a orientação empreendedora das pequenas empresas que enfocam nos mercados étnicos. Os imigrantes que não falam fluentemente a língua local, criam verdadeiros guetos étnicos, com grande concentração espacial de moradias, lojas e serviços da comunidade, onde se sentem protegidos. São estereótipos desse fenômeno as famosas Chinatowns, espalhadas pelas metrópoles do mundo (Yamashita, 2013). Assim, os ditos enclaves étnicos (Portes & Zhou, 1992), promovem tanto a atração e instalação de novos imigrantes que não tenham total conhecimento das práticas locais de negócios, o que também não sejam proficientes na língua local. Proporcionam ainda o acesso a arranjos produtivos locais, facilitando a configuração dos elos de uma cadeia produtiva étnica (Drori, Honig, & Wright, 2009). Formas alternativas de crédito emergem no seio dessas comunidades, assim como a criação de associações de apoio ver (Light, Bhachu & Karageorgis, 1993; Zhou, 2004).

A etnia exerce um importante papel importante neste processo de configuração de negócios, não apenas devido aos comportamentos, valores culturais e atitudes de um grupo étnico característico, mas também devido ao senso identitário compartilhado por parte desses grupos minoritários (Akerlof & Kranton, 2008; Epstein, & Heizler, 2015; Phinney, 1996). Assim, um longo processo de socialização e imersão social (Hogg, Abrams, Otten, & Hinkle, 2004; Markus, & Kunda, 1986) é o gerador dessa identidade comum. Os traços culturais dos imigrantes, portanto, podem ser diferenciais na criação desses negócios étnicos. Por exemplo, os árabes e judeus tradicionalmente são bons comerciantes, chineses e outros povos asiáticos são reconhecidamente bons administradores de restaurantes que refletem sua cultura (Drori, Honig & Wright, 2009; Zhou, 2004). Já os brasileiros são normalmente associados a desportos como jiu-jitsu e capoeira (por exemplo, Rocha, Esteves, Mello, & Silva, 2015) ou às churrascarias (Fonseca & Rocha, 2018).

O argumento de (Portes & Zhou, 1992), que aponta para o empreendedorismo étnico como promotor de uma forma alternativa de mobilidade econômica, e da inserção dos imigrantes recém-chegados, também é corroborado por (Tata & Prasad, 2015), que evidenciam a influência do capital social. É o que se manifesta em comunidades oriundas de culturas muito gregárias, como as asiáticas e latinas, onde há a preponderância dos elementos de sociabilidade nos negócios (Portes & Zhou, 1992; Zhou, 2004). Assim, as diásporas migratórias, apontadas por (Riddle & Brinkerhoff, 2011), sofrem efeitos distintos ao depararem-se com ambientes institucionais totalmente diversos aos de seus países de origem. Isto gera uma nova reconfiguração das suas capacidades dinâmicas (Teece, Pisano & Shuen, 1997) e de inovações de produtos e serviços, o que também é apontado pelo framework da *mixed embeddedness* (Kloosterman & Rath, 2001).

O tamanho dessas comunidades de imigrantes e o grau de afiliação ou de afastamento de suas comunidades étnicas (ver Ellemers, Spears, & Doosje, 1997; Ellemers, Van Rijswijk, Roefs, & Simons, 1997), pode influenciar na criação da estrutura de oportunidades de negócio e até na definição de seu público-alvo (Pisani & Perez, 2020). Além disso, outros fatores como a ética dos negócios e os traços culturais relativos ao egoísmo de determinadas etnias, pode também gerar um sentimento de desconfiança, repulsa ou mesmo de vergonha, relatados frequentemente por empreendedores brasileiros que interagem com suas comunidades (por exemplo em Cruz, Falcão, & Barreto, 2017).

2.7 *Mixed embeddedness* nas comunidades de imigrantes brasileiros

O foco da abordagem da *mixed embeddedness* ou inserção mista engloba aspectos mais amplos da inserção dos imigrantes no ambiente socioeconômico e político-institucional do país de acolhimento (Lassalle, & McElwee, 2016). É uma abordagem multinível que emerge do reconhecimento da importância da regulação, bem como da dinâmica do mercado. Em um refinamento recente da abordagem, (Kloosterman, 2010) propõe que seja realizada uma análise dos contextos em três níveis: macro, meso e micro, os quais são explicitados a seguir. Os criadores dessa abordagem,

sugerem ainda que a análise deva ocorrer a nível nacional, regional/urbano e local (Kloosterman & Rath, 2001).

A abordagem da *mixed embeddedness* propõe um cunho mais interativo, no qual o empreendedor é visto como incorporado nas suas próprias redes sociais e na estrutura económica e política mais ampla do ambiente externo (Kloosterman & Rath, 2001). Sugere que a competitividade depende da capacidade dos empreendedores de recorrer a contextos institucionais e de mercado mais amplos e não apenas aos seus fortes laços com redes étnicas (Jones, Edwards, Kiselinchev, & Muchenje, 2012; Kloosterman, & Rath, 2001), (Kloosterman, & Rath, 2001). Reconhece a relevância da inserção concreta dos imigrantes nas redes sociais e considera que as suas relações e transações estão enraizadas nas estruturas económicas e político-institucionais mais amplas. Assim, a geração de oportunidades de negócios que sejam adequadas a esses empreendedores, dependerá do grau de equilíbrio entre o lado da oferta (empreendedores com as suas habilidades, recursos e cultura) e da procura (derivados da estrutura de oportunidades dos mercados).

O modelo *mixed embeddedness* é, portanto, considerado uma ampla estrutura concetual para investigar o empreendedorismo étnico/imigrante que diferencia claramente entre os níveis macro, meso e micro.

Assim, o nível macro deverá incorporar a economia do país de acolhimento dos imigrantes e de sua estrutura institucional (incluindo leis e regulamentações). Deve ser destacado que esses fatores macro podem variar entre países e ao longo do tempo dentro dos mesmos países. Isso explica as diferenças que podem ser observadas na trajetória do empreendedorismo imigrante em diferentes localidades e ao longo do tempo (Bagwell, 2018; Cruz, Falcao, et al., 2018). Isso influencia, por exemplo, até a quantidade de empreendedores étnicos, que são mais numerosos em economias anglo-saxónicas ou australianas amplamente desreguladas, onde estabelecer um negócio é relativamente fácil em comparação com a maioria dos estados europeus continentais (Barrett, Jones, McEvoy, & Mcgoldrick, 2002; Sepulveda, Syrett, & Lyon, 2011).

Dado que as comunidades de imigrantes hoje emergem em ambientes urbanos complexos e multiculturais como as metrópoles de Nova York, Londres, Paris ou até Lisboa, é importante sublinhar que esses contextos urbanos sofrem constantes mutações no plano arquitetónico e sociocultural. Por outro lado, mudanças mais profundas e impactantes podem acontecer na economia global e nas esferas institucionais ou governamentais, sendo que as diferentes interações desses fatores geram uma dinâmica que procura uma análise oriunda da intersecção de várias disciplinas, para a sua interpretação (Rath, & Kloosterman, 2000).

O nível meso inclui mercados que são claramente um componente-chave da estrutura de oportunidades. Sem haver procura suficiente para determinado produto ou serviço, não é possível a um empresário sobreviver (Kloosterman, 2010). Além disso, mercados tipicamente acessíveis aos imigrantes, tendem a incluir os setores de ordem inferior (os quais atendem ao mercado coétnico) ou os setores em declínio, que deixaram de ser explorados pelos habitantes locais. Ainda, outra possibilidade dá-se em atender os mercados mal remunerados e intensivos em mão de obra, como creches, restaurantes e outros tipos de serviços (Kloosterman, 2010). Já as oportunidades mais

rentáveis, como os setores intensivos em tecnologia, geralmente estão abertas apenas para aqueles com níveis mais elevados de educação e habilidades (Kloosterman, 2010).

Assim sendo, as condições de mercado podem determinar, em grande medida, em que segmentos ocorrem os novos negócios de imigrantes (Rath, & Kloosterman, 2000). Entretanto, conforme apontado anteriormente, há uma interação delas com o contexto cultural dos imigrantes e com seu capital humano, determinantes dos tipos de negócio que um imigrante pode envolver-se (Cruz, Falcao, et al., 2018).

No nível micro, os empreendedores podem utilizar os seus recursos individuais e os diferentes tipos de capital disponíveis, como o social, cultural e humano (Bourdieu, 1986). A combinação do mix de capitais influenciará a natureza do desenvolvimento de negócios, ou seja, quando por exemplo o capital financeiro é escasso, os imigrantes precisam contar com capital social coétnico para apoiar os seus negócios (Ram, Theodorakopoulos, & Jones, 2008).

Assim, diante da análise por meio da *mixed embeddedness* ou inserção mista (Kloosterman, & Rath, 2001), a configuração cultural de um determinado grupo étnico é capaz de explicar apenas parcialmente a sua atividade empreendedora. Portanto, outros aspetos seriam necessários para tal análise, tais como: (i) aspetos socioeconómicos do país de acolhimento, incluindo a estrutura de oportunidades e acesso aos mercados, (ii) aspetos sociais, como formas de migração e redes sociais dos imigrantes, (iii) fatores institucionais, como o panorama legal e regulatório e seus efeitos sobre os negócios; (iv) diferenças de género ou étnico-raciais. As premissas do modelo *mixed embedded* são que as oportunidades não devem ser bloqueadas por barreiras de entrada muito altas ou regulamentações governamentais; uma oportunidade deve ser reconhecida por um potencial empreendedor como aquela que pode fornecer retorno suficiente, e o empreendedor deve ser capaz de aproveitar uma oportunidade de forma tangível (Kloosterman, Van Der Leun, & Rath, 1999). A ação dos empreendedores é tanto promovida quanto inibida pelos processos de relações institucionais que incluem as redes sociais e empresariais, as estruturas político-económicas e as práticas organizacionais e culturais dominantes (Yeung, 2002).

Estudos recentes realizados por (Azmat, 2013), (Meister, & Mauer, 2018) e (Bisignano, & El-Anis, 2019), apontam para maior inserção de minorias que beneficiam de ambientes que apoiam sua atividade empresarial.

Na sua essência, a teoria de *mixed embedded* destaca as oportunidades e vínculos estratégicos dos empreendedores com a sua imersão no ambiente económico e político-social, levando o modelo interativo um passo adiante. Propõe que a estrutura de uma economia local juntamente com o quadro jurídico, se combinem vigorosamente para influenciar a criação e o crescimento de pequenas e médias empresas.

Dado que as configurações de inserção mista podem ser altamente complexas e multifacetadas, volte-se agora para o caso específico de empreendedorismo de imigrantes brasileiros de Porto, Portugal.

Para investigar esse fenómeno com maior aprofundamento, vários aspetos podem ser levados em consideração. Primeiramente, há que procurar analisar a diversidade dos tipos de capitais (social, económico, cultural e humano), o que pode variar dependendo das ondas migratórias como referido por (Cruz, Falcao, et al., 2018) a propósito das comunidades brasileiras da Flórida. Em segundo lugar, há os possíveis mecanismos de desconfiança e sabotagem entre indivíduos do mesmo grupo étnico (Cruz, Falcão, & Barreto, 2017), fazendo um contraponto com todos os elementos das redes de apoio institucional, a exemplo das câmaras de comércio e associações (Cruz, Falcão, et al., 2018). Em terceiro lugar, há também as especificidades das subculturas brasileiras e seus antecedentes étnico-raciais (Martes & Rodriguez, 2004; Ryakitimbo & Hossain, 2019). Em quarto, as diferenças de classe social, que reproduzem o que ocorre no país de origem, as quais influenciam as perceções, o nível cultural-educacional, a proficiência linguística e a sua integração no país de acolhimento (Robins, 2019). Em quinto lugar há as estruturas de oportunidade e público-alvo de empresas imigrantes, que estão sujeitas à afiliação das suas comunidades imigrantes (Cruz, Falcao, et al., 2018).

Portanto, estudos que incluam novas comunidades de imigrantes como a dos brasileiros, trazem um contraponto à análise das comunidades já estabelecidas por longa data, as quais geraram a abordagem da inserção mista (Jones, & Ram, 2012; Sepulveda et al., 2011).

2.8 Conclusão

O capítulo analisou o contexto em que o estudo está inserido. Analisa os conceitos usados na literatura de empreendedorismo imigrante que se afiguram adequados à perspetiva a expressar neste estudo.

Dado que pouco se sabe a respeito do “empreendedorismo imigrante e étnico brasileiro” no exterior, particularmente em Portugal (Cruz et al., 2019), tal como foi referido no capítulo introdutório, o estudo pretende trazer novas evidências sobre as trajetórias dos empreendedores imigrantes brasileiros. Nesse sentido, os capítulos seguintes, à luz da literatura revista, procuram evidenciar as relações entre os empreendedores e a sua comunidade, no tocante aos vários aspetos incluídos no desenho das entrevistas.

Tendo efetuado a revisão da fundamentação teórica, a atenção volta-se agora para a estrutura metodológica da dissertação, conforme descrito no próximo capítulo.

3. METODOLOGIA

3.1 Introdução

Este capítulo descreve a abordagem metodológica adotada na análise do empreendedorismo brasileiro em Portugal e os pressupostos que justificam a sua escolha. A metodologia de investigação é um termo genérico para a combinação de técnicas utilizadas para investigar uma situação específica, decisões de seleção da amostra, instrumentos de recolha de dados, análise e organização de dados relevantes, etc. A realização de um estudo para encontrar respostas a questões envolve uma série de atividades realizadas no contexto de uma abordagem, ao mesmo tempo que emprega procedimentos, métodos e técnicas já testados quanto à sua validade e confiabilidade, a fim de obter resultados justificáveis e credíveis.

Basicamente, o capítulo clarifica a escolha da estrutura de análise seguida. O objetivo geral de compreender o empreendedorismo imigrante, explorando as experiências vividas por empreendedores que integram a comunidade brasileira em Portugal, coloca o foco na recolha das informações dos respondentes das entrevistas e na sua análise. Portanto, a abordagem metodológica adotada deve ser capaz de reconhecer padrões nas narrativas dos entrevistados e analisar esses padrões em relação ao quadro teórico de referência. Este, por sua vez, fornecerá explicações para os padrões identificados como variáveis que representam conceitos, processos e relacionamentos.

O capítulo está organizado em quatro secções: estratégia de investigação, recolha de dados e amostra da pesquisa quantitativa, recolha de dados e amostra da pesquisa qualitativa, tratamento dos dados

3.2 Estratégia de investigação

Devido à complexidade e à heterogeneidade do fenómeno do empreendedorismo, não existe um método único que possa ser facilmente adotado para todas as investigações sobre empreendedorismo. Porém, os métodos selecionados devem ser compatíveis com o objetivo do estudo, tendo em vista os seus traços característicos.

A abordagem metodológica adotada é mista, quantitativa e qualitativa. A primeira, deu-se através de um inquérito que pretendeu obter informações sobre o perfil dos brasileiros em Portugal, bem como aspetos relacionados com o processo migratório e sua situação ocupacional. A pesquisa ocorreu durante dos anos de 2018 e 2019. A abordagem quantitativa traduz a possibilidade de tratamento estatístico de alguns dos dados do inquérito. A metodologia quantitativa, geralmente associada ao paradigma positivista e a uma abordagem dedutiva, permite a análise estatística e gráfica de controlo da validade dos dados, fazendo uso de técnicas de amostragem probabilísticas para a generalização das conclusões (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2012).

A pesquisa qualitativa teve carácter exploratório, na qual foram realizadas entrevistas presenciais com empresários brasileiros, residentes no Porto, Norte de Portugal.

Os métodos de pesquisa qualitativos são utilizados porque permitem que a 'descrição densa' de um fenómeno seja exposta sem o peso de um quadro de referência pré-arranjado, fornecendo assim

uma plataforma adequada em harmonia com os objetivos do estudo. Permitem um exame sistemático, aprofundado e holístico das experiências dos indivíduos nos seus ambientes naturais, com as vozes dos participantes na vanguarda do estudo (Creswell, & Creswell, 2017; Denzin, & Lincoln, 2005). Assim, ao adotar uma abordagem de pesquisa qualitativa, pode-se dar significado apropriado a aspetos que são subjetivos na sua essência, mas que precisam ser explorados e compreendidos (Dana, & Dana, 2005), como as percepções e experiências dos participantes em relação aos seus grupos (Tajfel, Turner, Austin, & Worchel, 1979), incluindo a comunidade, funcionários e fornecedores ou parceiros de negócios. Portanto, a investigação qualitativa parece particularmente adequada para estudos exploratórios sobre empreendedorismo devido ao design de investigação e flexibilidade. Há perguntas que são melhor respondidas não por meio de questionários breves, mas por pesquisas qualitativas, que evitam as respostas socialmente desejáveis dos inquiridos.

Seguindo as recomendações de Dana, & Dana, (2005) sobre metodologia qualitativa voltada para a pesquisa em empreendedorismo, a investigação baseou os seus procedimentos de recolha de dados na observação pessoal de situações, eventos, indivíduos (empresários brasileiros), interações e transações, bem como na análise de documentos (incluindo registos quantitativos) e depoimentos orais e aprofundados, abrangendo densa descrição de contextos e sujeitos (Geertz, 2008), bem como citações diretas de entrevistados sobre as suas atitudes, crenças, pensamentos, intenções, ações e experiências.

Além disso, os pesquisadores realizaram um pré-teste em campo para atestar a viabilidade do projeto. A recolha de dados incluiu a observação da interação e entrevistas em profundidade, seguidas de resumos de análises preliminares, avaliação dos dados coletados, além de triangulação de fontes para testar a coerência interna (Denzin, & Lincoln, 2005). A análise englobou codificação exaustiva e exclusiva de categorias emergentes, análise rigorosa, interpretação dos resultados e triangulação de teorias.

A opção por uma abordagem qualitativa efetuada por meio de entrevistas em profundidade afigura-se assim um bom ajuste para a investigação do empreendedorismo.

3.3 Recolha de Dados e Amostra da pesquisa quantitativa

De acordo com os dados oficiais do Ministério das Relações Exteriores - MRE (Brasil, 2018) - existem cerca de 166.775 brasileiros em Portugal. Destaca-se que esses são dados oficiais das embaixadas, não sendo incluídos os imigrantes em situação irregular e nem os da imigração mais recente. Dada a dificuldade em estimar o número total de imigrantes, bem como atualizar os dados, foi arbitrado triplicar as estimativas oficiais para se ter um número base a ser trabalhado para o cálculo amostral, baseado na população. Assim, para efeito de cálculo populacional estimado, foram definidos 500.352 brasileiros em Portugal. Dessa forma, para um nível de confiança de 95% e margem de erro de 4%, chega-se a um tamanho de amostra mínimo de 600, para os brasileiros residentes em Portugal (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2006; Kotrlik, & Higgins, 2001).

A amostra é não probabilística de conveniência, definida por acessibilidade. Uma amostra que apresenta as respostas obtidas de forma não probabilística, pode gerar um ligeiro desvio sistemático em relação à população total (Hill, & Hill, 2009). Não obstante, uma amostra desta natureza é, frequentemente, válida e expressiva em termos de demonstração de uma determinada realidade. O investigador, pautado no trabalho de (Baltar, & Icart, 2013), valeu-se de grupos de Facebook para fazer chegar o questionário da survey aos respondentes. Visando minimizar o enviesamento nas respostas, são descritas algumas das estratégias utilizadas. Primeiro, procedeu-se à cadastragem em 20 grupos de Facebook de brasileiros em Portugal, totalizando 708.135 membros. Cabe ressaltar que nem todos os membros do grupo eram brasileiros residentes. As postagens desses grupos revelam que muitos estariam interessados em imigrar ou eram simplesmente simpatizantes da ideia. A tabela 2 apresenta os quatro maiores grupos.

Tabela 2: Exemplos de grupos de Facebook

Nome do GRUPO	Link	Membros
Brasileiros em Portugal	https://www.Facebook.com/groups/1499905210256206/	293.306
Brasileiros vivendo em Portugal	https://www.Facebook.com/groups/1487900697936746/	159.860
Apoio brasileiros em Lisboa	https://www.Facebook.com/groups/808392282569225/	148.006
Brasileiros em Portugal - MRF	https://www.Facebook.com/groups/1677233752559683/	106.963

Fonte: Elaborado pelo próprio, com dados do Facebook (2018)

Como muitos desses grupos são fechados, teve que se aguardar a aprovação dos administradores para poder participar das conversas. Mesmo após a aprovação da inclusão no grupo, as postagens também ficavam sujeitas à validação do administrador. Nesse caso, era feito um contato com os responsáveis pelo grupo via inbox (mensagem de texto exclusiva) para explicar o propósito do projeto de investigação, solicitando também ajuda na divulgação do *link* da *survey*. Embora a maioria dos administradores de grupo tenha sido solícita, foram rececionadas solicitações de contrapartida financeira para garantir o apoio às postagens, forçando a que o processo de cadastragem fosse ao maior número de grupos possível, visando obter acesso a uma quantidade de respondentes que atingisse o tamanho mínimo exigido para a amostra. Outra estratégia utilizada foi a de observar os membros mais ativos, com o maior número de postagens ou participações, enviando mensagens exclusivas, solicitando apoio: tanto para responder quanto para divulgar. Os questionários ficaram disponíveis por oito meses nos grupos de brasileiros em Portugal, extrapolando enfim o mínimo estipulado de 600, sendo atingidos 667 respondentes.

A descrição detalhada da amostra é apresentada no capítulo 4. Do total de entrevistados em Portugal de 667 brasileiros, 94 são empresários (14,1%). Dos 573 que não são empresários, 222 pensam em empreender futuramente no país (38,7%).



Figura 3: Exemplo de Postagem

Fonte: própria

3.4 Recolha de Dados e Amostra da pesquisa qualitativa

No propósito de conhecer a opinião dos empreendedores imigrantes brasileiros sobre os vários aspetos a abordar, a preparação e desenho da entrevista incluiu um questionário semiestruturado (Apêndice 1) que permitiu ao entrevistador padronizar as perguntas sem influenciar as opções de resposta dos participantes (Denzin & Lincoln, 2011).

As questões foram estruturadas em tópicos, que abarcam as várias áreas temáticas em estudo, para auxiliar a dinâmica da entrevista e das respostas. Além disso, incluiu perguntas iniciais para definir o perfil sociodemográfico dos entrevistados. O formato inicial da entrevista semiestruturada foi depois sendo adaptado em função da progressão da conversa durante a entrevista com os vários participantes.

De acordo com os objetivos esboçados, o roteiro de entrevistas buscou explorar elementos específicos da mixed embeddedness: (i) as características sociodemográficas, (ii) as experiências migratórias; (iii) sua qualificação, emprego e empreendedorismo antes e depois da saída do Brasil; (iv) sua experiência na abertura da empresa em Portugal, (v) traços comportamentais dos empreendedores; e (vi) informações relacionadas ao marketing e a estratégia dos negócios. As perguntas seguiram os principais temas do empreendedorismo de imigrantes apresentados em estudos bibliométricos como o de (Cruz & Falcão, 2017).

A escolha dos respondentes deu-se, por conveniência de acessibilidade, na região do Porto. Trata-se do segundo principal destino da população imigrante brasileira depois da região de Lisboa, sendo

a comunidade residente na área do Porto perfeitamente adequada para determinar a abrangência e profundidade do empreendedorismo brasileiro em Portugal.

Os participantes foram convidados e selecionados de acordo com as características desejadas, tais como: (i) empreendedores brasileiros cujos negócios estivessem intrinsecamente entrelaçados em estruturas sociais de origem brasileira no seu país de origem (Cruz, Falcão, & Mancebo, 2019); (ii) indivíduos proprietários de empresas formais, de qualquer setor de atividade, de ambos os sexos, com alguma identidade ou envolvimento na comunidade – excluindo todas as empresas que operassem na informalidade, ou serviços não registrados para fins fiscais (Williams, 2009).

Foram realizadas um total de 35 entrevistas presenciais em profundidade com os empresários brasileiros, tendo decorrido entre dezembro de 2019 e janeiro de 2020.

As entrevistas duraram entre 50 e 90 minutos, sendo realizadas em português. A sua transcrição integral totalizou 2.450 minutos (35 entrevistas), gerando também 498 páginas de material.

3.5 Tratamento dos Dados

Após a fase de recolha de informações foi necessário detalhar, estruturar e organizar as informações adquiridas.

Obter casos ricos e ilustrativos através de entrevistas com empreendedores brasileiros de diversos ramos de negócios gerou evidências das circunstâncias ou características importantes para o assunto sob investigação (Ritchie, Lewis, Nicholls, & Ormston, 2014), portanto a pesquisa valeu-se de um estudo de casos múltiplos.

As entrevistas integralmente transcritas, foram analisadas por meio do software AtlasTI, sendo os trechos delas analisados e agrupados em categorias (Creswell, 2009). O AtlasTI é um programa que permite a codificação segundo categorias de análise (Soratto, Pires, & Frieze, 2020). Por exemplo, o 'nó' (categoria) 'motivação para o empreendedor' foi baseado nos conceitos de oportunidade e necessidade (Williams, 2009). A capacidade do AtlasTI para classificar, combinar e vincular permitiu a exploração adequada dos dados sem perder o contexto no qual os dados foram incorporados (Bazeley, 2007).

Para definição das categorias foram realizadas quatro sub-etapas: i) uma primeira leitura (flutuante) das entrevistas; ii) escolha dos trechos mais significativos das entrevistas fazendo uma demarcação do que seria analisado; iii) formulação de hipóteses anteriores derivadas das entrevistas; iv) referenciamento de índices e elaboração de indicadores, através do recorte de passagens nos textos analisados (Krippendorff, 2018).

A exploração do material incluiu a definição de categorias (caraterísticas comuns às suas trajetórias empreendedoras), influenciadas pelo roteiro semiestruturado das entrevistas, sendo uma etapa crucial, pois possibilitou uma riqueza de interpretação e inferências sobre os assuntos tratados (Krippendorff, 2018). O software possibilitou classificar, combinar e vincular conceitos, sem a perda do contexto (Bazeley, & Jackson, 2013), sendo finalmente elencadas 5 categorias de análise que envolveram aspetos ligados à: (i) razões para “migrar”; (ii) experiência local de trabalho antes do

empreendedorismo, (iii) motivação para empreender, (iv) particularidades dos negócios, e (v) aspectos da comunidade (brasileira e portuguesa).

Após o tratamento dos resultados, inferência e interpretação, com uma análise reflexiva e crítica realizada diante dos relatos transcritos (Krippendorff, 2018), chegou-se aos três temas abordados no referencial teórico do presente texto, bem como na discussão a seguir, quais sejam: (i) identificação das particularidades dos empreendedores entrevistados quanto aos aspectos das migrações modernas, bem como da migração brasileira, (ii) o contexto do empreendedorismo de imigrantes, particularmente o dos brasileiros no Porto, e (iii) o *mixed embeddedness* na comunidade estudada.

Desta forma, o tratamento de dados permitiu avançar para a compreensão dos resultados, estabelecendo relações e confrontando com o quadro de referência.

3.6 Conclusão

O capítulo apresentou o procedimento de investigação definido para as obter as informações adequadas aos objetivos do estudo. A abordagem metodológica adotada é quantitativa e qualitativa, com foco na recolha e interpretação das informações dos entrevistados e na aceitação dessas informações como evidência dos fatores que moldam as suas decisões de empreendedorismo.

O estudo adotou a entrevista semiestruturada, comumente utilizada como método de pesquisa exploratória, dando sentido à experiência vivida como empreendedores imigrantes no país de acolhimento, e analisando a dinâmica dos fatores sociais, institucionais, étnicos e empresariais.

Especificamente, o capítulo explica o método de amostragem não probabilístico por conveniência de acessibilidade no caso dos inquiridos na pesquisa quantitativa, e também o processo de identificação dos 35 participantes das entrevistas, usando uma amostragem intencional que cumpre os objetivos e questões de investigação.

Justifica ainda a opção pelo tratamento das informações adquiridas através de software específico, o qual incluiu a definição de categorias chave e possibilita uma melhor interpretação dos temas tratados. Dada a natureza exploratória do estudo, o reconhecimento de padrões nas narrativas dos entrevistados fornece uma direção para a sua posterior análise com referência ao quadro teórico.

O próximo capítulo trata de apresentar e analisar os resultados.

4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 Introdução

Neste capítulo, são apresentados e analisados os resultados obtidos com o inquérito aos imigrantes residentes em Portugal e as entrevistas realizadas aos empreendedores.

Começa-se pela apresentação dos dados quantitativos respeitantes à *survey* com os brasileiros residentes em Portugal.

Do ponto de vista teórico, o estudo visa contribuir ao entendimento da estruturação de negócios de imigrantes brasileiros, os seus fatores relacionados e condicionantes, ao utilizar o *framework* da *mixed embeddedness* (Rath, & Kloosterman, 2000) como ótica de análise. Uma vez adotado para analisar as entrevistas, volta-se para a relevância dos seus elementos, tais como: aspetos económicos do país de acolhimento (Portugal), da configuração de oportunidades de mercado e acessibilidade aos mesmos, dos aspetos sociais e comportamentais dos imigrantes, das suas redes, de fatores regulatórios e institucionais, e mesmo das diferenças de género ou etnias mesmo dentro da comunidade brasileira.

A partir daí, inicia-se a apresentação e discussão pela abordagem do contexto migratório, para depois entrar nos aspetos do empreendedorismo da comunidade brasileira em si. Há uma correlação intrínseca entre os aspetos da migração, elementos culturais e étnicos versus as escolhas do empreendedor (Bisignano, & El-Anis, 2019).

Para a análise da pesquisa qualitativa, primeiramente, define-se o perfil sociodemográfico dos 35 empresários entrevistados na região do porto, o qual inclui representações gráficas e comentários. De seguida entra-se nos conteúdos das entrevistas propriamente ditas.

4.2 Apresentação dos dados quantitativos

Segue-se a tabela com os dados relativos à *survey* com os brasileiros em Portugal.

Tabela 3: Perfil do imigrante brasileiro em Portugal

Tempo em Portugal		Como chegou em Portugal?		Quanto tempo pretende ficar?	
Menos de 1 ano	49,3%	Com visto de estudante	34,0%	Menos de 1 ano	9,3%
Entre 1 e 4,9 anos	39,5%	Com visto de trabalho	4,0%	Entre 1 e 5 anos	22,3%
Entre 5 e 9,9	3,5%	Com visto de turista	25,5%	Mais de 5 anos - pretendendo voltar	4,5%
Mais de 10 anos	7,7%	Já tinha cidadania ou chegou para reivindicar	26,8%	Para sempre	40,2%
		Visto de rendas próprias	5,4%	Não sei	23,7%
		Golden visa (investidor)	0,4%		
		Visto de empreendedor	3,3%		
		Startup Visa	0,4%		
		Formação		Como está morando atualmente?	
Buscando oportunidades para abrir um negócio	3,6%	Ensino fundamental	1,8%	Alojamento fornecido pelo trabalho/casa do contratante	0,9%
Buscando oportunidades para trabalhar	4,5%	Ensino médio	20,8%	Com a família	65,2%
Cuidando da casa e/ou da família	6,3%	Graduação	41,3%	Dividindo apartamento com amigos	21,5%
É empresário	7,5%	Pós-Graduação	36,1%	Sozinho	12,5%
Fazendo turismo	1,0%				
Só estudando	25,9%				
Só trabalhando	30,9%			Idade	
Trabalhando e estudando	16,0%			Até 20	3,2%
Vivendo de renda	4,2%			21 a 30	34,5%
Onde se formou, no Brasil?		Sexo		31 a 40	32,1%
Universidade privada	62,3%	Masculino	38,0%	41 a 50	20,0%
Universidade pública	37,7%	Feminino	62,0%	Mais de 51	10,2%

Fonte: própria

Neste primeiro momento algumas ponderações podem ser feitas acerca do perfil dos respondentes brasileiros em Portugal.

A priori, a maior parte é do sexo feminino e jovem na faixa de 20 a 40 anos. Muitos vão à procura de oportunidades melhores, segurança e qualidade de vida, fato que pode estar associado ao alto grau de escolaridade dos entrevistados.

Quase 90% estão há menos de cinco anos a residir no país e quase metade pretende ficar para sempre. Grande parte saiu do Brasil com visto de estudante, para reivindicar cidadania ou com visto de turista, o que reflete em sua maioria morando com a família ou dividindo apartamento com amigos. Os que só trabalham, só estudam ou trabalham e estudam são maioria, enquanto os que estão buscando oportunidade para empreender é minoria.

Os principais motivos que os fizeram deixar o Brasil foi a violência, busca de oportunidades, uma melhor qualidade de vida e escolheram Portugal pela facilidade do idioma, o clima, a proximidade cultural, por terem dupla nacionalidade, além do custo de vida e a segurança.

Os dados obtidos abrem caminho para um melhor entendimento do perfil do brasileiro imigrante em Portugal e serve de base para a continuação da pesquisa com enfoque nas intenções empreendedoras de brasileiros em Portugal.

Agora, apresenta-se uma síntese dos dados dos 35 empresários entrevistados na região do Porto.

4.3 Perfil sociodemográfico dos entrevistados

Neste estudo, os entrevistados foram convidados a fornecer uma visão sobre a sua experiência pessoal. Entre as perguntas feitas, estavam as relacionadas com a faixa etária, género e estado civil, educação, local de origem e tempo de estadia, setor onde desenvolve a atividade e relato das experiências empresariais, profissionais e familiares. A base para a inclusão destas questões e critérios de estratificação na pesquisa é a caracterização da amostra selecionada. Os elementos distintivos dos indivíduos que participaram nas entrevistas podem ser importantes para explicar e interpretar as respostas enquanto empreendedores. A distribuição do número de entrevistados pelos estratos não obedeceu a quotas ou qualquer reequilibragem que reflita o seu peso na população empreendedora imigrante brasileira, dadas as características do estudo.

O perfil demográfico da amostra é apresentado nas secções seguintes.

4.3.1 Género, estado civil e idade

No que diz respeito ao género dos indivíduos participantes na entrevista, verifica-se que a amostra é constituída por 51% de indivíduos do sexo feminino (18) e 49% (17) do sexo masculino. Verifica-se, portanto, a existência de uma relação equilibrada entre os dois géneros.

Já no que toca ao estado civil, cerca de $\frac{3}{4}$ dos entrevistados são casados (Figura 4), verificando-se ainda que 17% são empreendedores solteiros e os restantes divorciados ou viúvos.

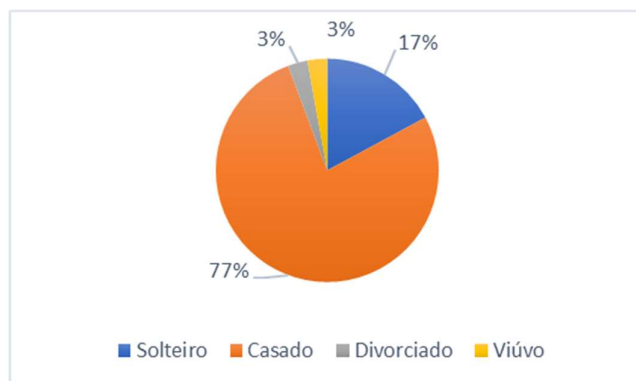


Figura 4: Distribuição dos entrevistados por estado civil

I

A idade dos entrevistados varia entre 25 e 70 anos de idade. Conforme mostrado na Figura 5, cuja variável Idade está estruturada em cinco escalões etários, quase metade dos respondentes situa-se na faixa etária dos 36-45 anos, enquanto um pouco mais de 70% têm menos de 45 anos. Seguem-se as idades entre os 26 e os 35 anos e entre os 46 e os 55 anos com 20% cada.

A representatividade nas faixas etárias mais velhas, situadas entre os 46-55 anos e acima dos 55 anos (9%), é menor traduzindo uma característica frequentemente observada entre os imigrantes que é serem constituídos por jovens adultos. A média de idades é de 40,7 anos.

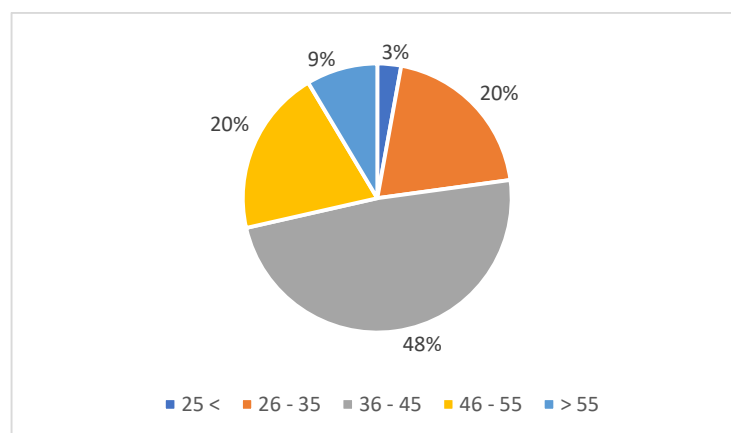


Figura 5: Distribuição dos entrevistados por faixa etária.

Nenhum dos respondentes nasceu em Portugal, portanto, todos os entrevistados pertencem à primeira geração de migrantes, exceto um entrevistado (E31), sendo os primeiros na sua família a possuir, gerir ou estar envolvido em negócios em Portugal.

4.3.2 Escolaridade

Os respondentes neste estudo possuem de forma generalizada uma educação formal. Verifica-se que 57% são detentores de um grau académico superior, cerca de 40% tem ou frequentaram o ensino médio e 3 por cento possuem o fundamental/básico como nível educacional Figura 6.

O ensino superior é uma forma de melhor capital humano, que pode ajudar os imigrantes com a capacidade de identificar oportunidades (Chand, & Ghorbani, 2011). A educação, conforme observado pelos próprios, dá aos respondentes a capacidade de reconhecer oportunidades no ambiente circundante e as habilidades para se organizarem melhor e para explorar essas oportunidades. Essas percepções foram relatadas por vários dos respondentes.

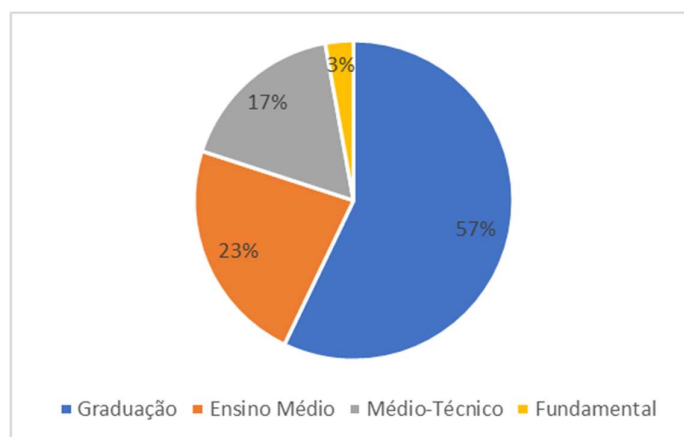


Figura 6: Distribuição dos entrevistados por nível de escolaridade.

Da distribuição relativa à escolaridade Tabela 4 quando cruzada com o gênero, ressalta uma não muito acentuada diferença de formação entre homens e mulheres. O maior destaque vai para a

maior proporção de homens com frequência de graduação enquanto na comparação, o grupo feminino se apresenta com o único entrevistado com ensino básico.

Tabela 4: Distribuição dos entrevistados por nível de escolaridade.

			Grau de escolaridade				Total
			Fundamental	Médio-Técnico	Ensino Médio	Graduação	
Sexo	Masculino	Contagem	0	3	3	11	17
		% em Sexo	0,0%	17,5%	17,5%	65%	100,0%
	Feminino	Contagem	1	3	5	9	18
		% em Sexo	5,5%	17%	28%	50%	100,0%
Total		Contagem	1	6	8	20	35
		% em Sexo	3%	17%	23%	57%	100,0%

Fonte: própria

Portanto, a educação formal e as experiências anteriores conforme identificadas por (Rauch, & Frese, 2000) são alguns motivos de entrada de negócios dos empresários.

Inúmeros estudos têm sido realizados em vários contextos sobre a relação entre as atividades empreendedoras e a educação. Para autores como (Shane, 2000) ou (Hisrich, 1990), a educação permite que os indivíduos obtenham as capacidades básicas para aprender sobre os mercados e reconhecer as oportunidades no ambiente circundante, postulando que a educação dos empreendedores os ajuda a tornarem-se sistemáticos, racionais e profissionais. Isso contrasta com (Minniti, & Bygrave, 2003) que não viram impacto da educação no sucesso empresarial.

4.3.3 Origem geográfica no Brasil

Relativamente ao local de origem dos entrevistados Figura 7, a distribuição concentra-se em dois Estados: Rio de Janeiro (41%) e S. Paulo (20%). Com 9% de entrevistados surge Minas Gerais, logo seguido de Brasília – DF e Goiás, ambos com 6%.

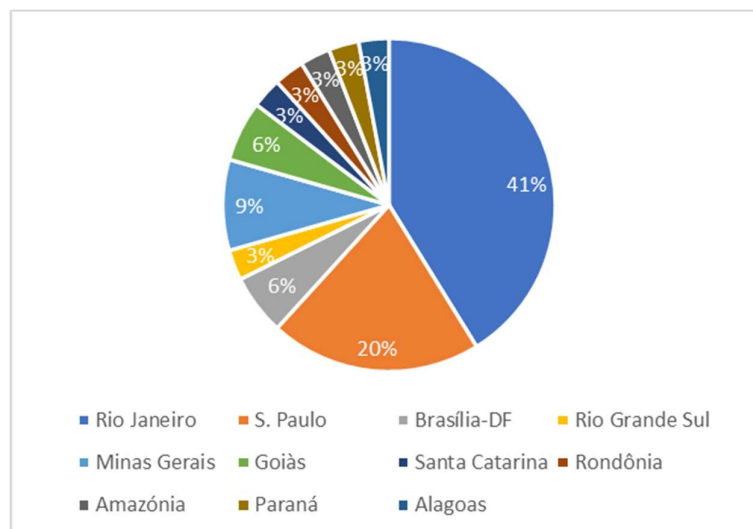


Figura 7: Distribuição dos entrevistados por local de origem - Brasil.

4.3.4 Tempo de estadia em Portugal

No que toca ao tempo de estadia em Portugal, medido em anos, apresenta uma distribuição desigual Figura 8, evidenciando que a maioria dos entrevistados tem menos de 5 anos de tempo em Portugal (77%), sendo que 26% imigraram há menos de 2 anos. Estão associados a vagas recentes de imigração. Os entrevistados com mais de 10 anos de estadia representam 17%. A média da estadia é de 6 anos e 10 meses.

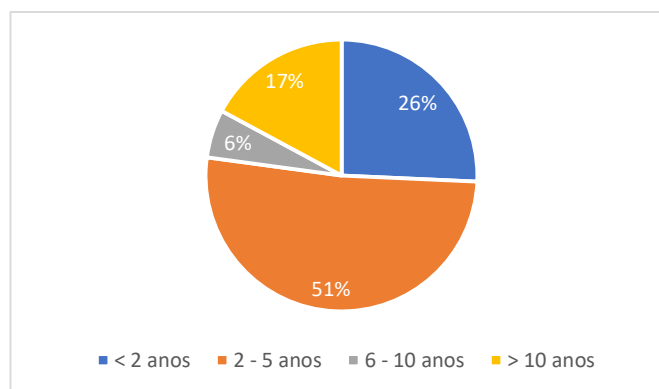


Figura 8: Distribuição dos entrevistados por tempo de estadia em Portugal (anos)

4.3.5 Setor em que desenvolve a atividade

Os negócios de prestação de serviços como a restauração ou a estética e cabeleireiros são o tipo de atividades tradicionalmente desenvolvidas pelos empreendedores imigrantes numa fase inicial. No caso da comunidade brasileira no Porto, identificam-se várias categorias de negócios, como é observável na Figura.9 Incluem o negócio de restauração que ocupa 51% por cento dos entrevistados, cabeleireiro e estética com 11%, seguindo-se a reparação de telemóveis e equipamento informático com 6% tal como os talhos. A atividade de fabrico de doçaria representa

5% das atividades, enquanto os restantes entrevistados se disseminam por variados setores de serviços e comércio (gestão de eventos, contabilidade, advocacia, etc.).

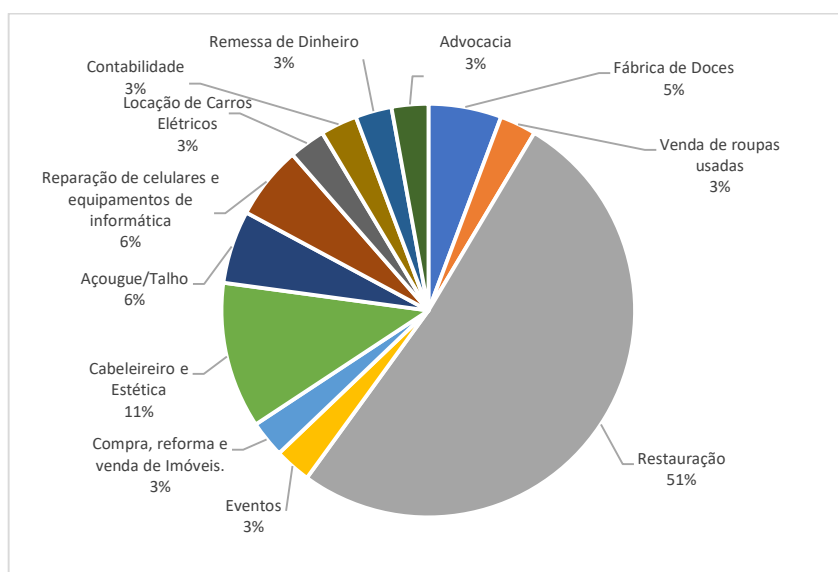


Figura9: Distribuição dos entrevistados por tipo de negócio.

Conforme observado, os entrevistados selecionaram os seus negócios aproveitando as oportunidades oferecidas pelo contexto imediato e também em função da experiência anterior. Os entrevistados mostraram-se ativamente envolvidos na gestão diária do negócio, constatando-se que recorrem a membros da família imediata e da comunidade brasileira como funcionários, numa relação de solidariedade e confiança com outros migrantes, que ajuda a superar as rígidas regulamentações de trabalho impostas aos empregadores (Rubach, Bradley, & Kluck, 2015).

4.3.6 Experiências empresariais, profissionais e familiares

42% tem pais empreendedores. Os problemas identificados no histórico da empresa incluem a experiência profissional e empresarial e o histórico familiar. Com efeito, a experiência de trabalho anterior e histórico ocupacional (Sharma, 2013) assumem um papel importante no empreendedorismo e, no caso da comunidade brasileira, os resultados indicam que uma parte significativa dos entrevistados (46%), já possuía experiência anterior com empresas familiares e outras semelhantes Figura 10.

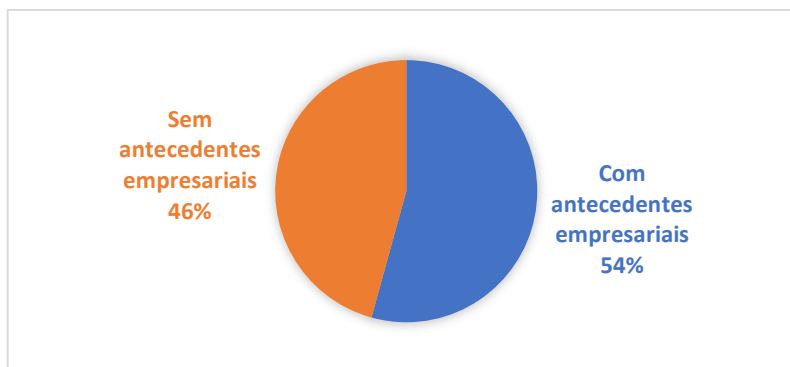


Figura 10: Experiência empresarial

Ao embarcar em atividades empreendedoras, a experiência anterior não só permite que os empresários reconheçam melhor as oportunidades, mas também lhes dá a capacidade de explorá-las. Portanto, os negócios podem beneficiar com o conhecimento acumulado dos seus fundadores, desempenhando um papel significativo na sobrevivência das empresas (Kamunge, Njeru, & Tirimba, 2014). De igual modo, o histórico ocupacional, ainda que não como empreendedor, desempenha um papel importante no empreendedorismo, ao colocar as suas experiências e conhecimentos no negócio.

Portanto, os resultados são consistentes com pesquisas anteriores, sobre a relação positiva entre as atividades empreendedoras e as experiências empresariais e de trabalho anteriores dos empresários.

Além disso, vários estudos relataram a influência do histórico familiar com empresas na intenção empreendedora (Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000). O *background* familiar com empresas assume um papel central na realização de atividades empreendedoras. Os resultados deste estudo sugerem que uma boa proporção dos entrevistados, cerca de 42%, são de famílias com um fundo empreendedor. Esta influência é confirmada por observações feitas pelos entrevistados:

“[...] eu sou de uma família de empreendedores meu pai no Brasil teve empresa dele na área de cobrança [...]. Depois teve empresa de importações sempre foi muito empreendedor e volta[...] aqui tá mexendo abrindo a loja dele[...]” (E31).

Portanto, pode-se afirmar que o *background* empreendedor da família pode desempenhar um papel importante no empreendedorismo, o que confirma estudos anteriores sobre a relação positiva entre a experiência empresarial dos pais e as atividades empreendedoras.

4.4 Sobre a migração brasileira para Portugal e os entrevistados

Retomando o material levantado no referencial teórico destaca-se que mesmo com a restrição da mobilidade causada pela pandemia (Dandekar, & Ghai, 2020), os brasileiros foram os estrangeiros que mais receberam do governo português autorizações de vistos de residência, no ano de 2020. Foram 41.990 títulos, 37,8% do total (Rodrigues, 2021).

Pelo que foi identificado na amostra de empresários entrevistados, 89% tinham perfil de migrantes económicos (Zong, & Lu, 2017). Dentre as entradas não regulares mais utilizadas por esses

entrevistados destaca-se a chegada com visto de turista, mas com pretensão de migração definitiva. Essa última ‘estratégia’ também foi observada nos estudos com brasileiros residentes nos EUA (Goza, 1999), Austrália (Cruz, Falcão, & Paula, 2019), entre outros países. As citações a seguir exemplificam o caráter económico da migração e a chegada como turista, mas querendo trabalhar:

“Quando nós chegamos mudaram a lei, e turista não podia mais trabalhar. Então isso foi bem chato para gente. Tivemos que esperar legalizar para poder arrumar um trabalho. Mas graças a Deus eu consegui achar alguém que me deu um emprego informal” (E24).

“Eu: ‘ah, quer saber, vou embora!’. Aí vim, com dinheiro pra passar 3 meses e vamos ver no que dá e aí foi chegando aqui eu tinha um amigo que já tava morando aqui, aí eu vim trabalhar com ele nesse mesmo restaurante” (E11).

Esta imigração económica de brasileiros para Portugal, não pode ser considerada um problema para o governo local, bem como para os seus cidadãos, uma vez que diversos estudos ressaltam a importância da imigração para o sistema de segurança social português (por exemplo, Peixoto, Marçalo, & Tolentino, 2011). Isso significa que o recolhimento dos impostos advindos dos trabalhos dos imigrantes é uma importante fonte de arrecadação para a previdência local.

Sobre outro aspeto do processo migratório, (Falcão, Castro, Cruz, & Amaral, 2018) já haviam identificado que os brasileiros usam grupos de Facebook e Whatsapp para localizarem países de ‘fácil migração’ ou ‘com facilidade para trabalhar com visto de turista’. Esta prática parece ser um fenómeno que vai além da migração brasileira, sendo uma tendência entre diversos povos por exemplo, (Gintova, 2019). Uma entrevista com uma empresária, dona de um escritório de advocacia revelou:

“Nós buscamos os dados pela internet. Eu já tenho familiares aqui, alguns familiares e a gente vai se informando com os colegas, através também das redes sociais a gente se informa muito, acaba conhecendo muita gente que mora aqui e a gente acaba tendo interesse” (E29).

Já uma cabeleireira declara:

“O que acontece é que da primeira vez que eu vim para cá não tinha essas coisas de Internet [...]. Muita gente pergunta como ir para Portugal nesses grupos do Facebook e na minha época é comprar a passagem, ter dinheiro e se virar” (E21).

Sabendo que as redes sociais são, hoje em dia, os maiores instrumentos de exposição da vida privada (Amaral, 2015), o excesso de postagens ‘felizes’ de brasileiros residindo no exterior, acaba instigando outros brasileiros insatisfeitos a quererem usufruir da mesma ‘qualidade de vida’ (Brignol, & Costa, 2016).

Para quem estuda a formação de ideários coletivos, julga-se que essa relação entre imigração e redes sociais oferece um amplo campo de debates. Além do mais, as redes sociais são usadas de forma constante por imigrantes, visando a divulgação de seus negócios étnicos (Gavino, Williams, Jacobson, & Smith, 2019), o que também fornece outro interessante campo de estudos.

O terceiro ponto sobre a questão migratória diz respeito ao facto de muitos brasileiros possuírem a cidadania portuguesa (Barbosa, & Lima, 2020). Mas esta não parece ser um fator decisivo na opção por empreender. Apenas 11% dos respondentes já chegaram à Portugal com a cidadania local.

Cruz, Falcão, Barbosa, & Paula, (2020), em um estudo com brasileiros em Portugal, identificaram que quanto maior a idade na chegada ao país, e quanto maior o seu tempo de permanência, maior a probabilidade de ter um negócio próprio. Tal como se referiu anteriormente, no contexto do Porto, o perfil da amostra dos entrevistados aponta para 71% que haviam chegado na região há menos de cinco anos. No que se refere à idade na chegada, foi identificado, na survey de Cruz *et al* (2019), uma média de idade na chegada de 32 anos e 1 mês, já dentre os entrevistados essa média foi de 39 anos e 1 mês.

Quanto ao perfil encontrado nos estudos de (França, & Padilla, 2018) e de (Souza, & Iorio, 2018), envolvendo indivíduos com maior capacidade financeira e empreendedora, e um alto nível de qualificação profissional, a pesquisa de (Barbosa, & Lima, 2020) mostrou que a grande maioria dos respondentes era dos Estados de São Paulo, Rio de Janeiro e de Minas Gerais. Já sobre a escolha de Portugal como destino, estes autores revelaram que os laços históricos foram o fator principal desta escolha. Além disso, verificaram que o cenário político-social e o aumento da violência no Brasil influenciaram muito nesta decisão. Os empresários entrevistados confirmam a questão:

“A principal motivação foi em relação ao meu filho que hoje tem sete anos. Na época tinha quatro e meio... para cinco anos... por aí. E foi por esse motivo. É mais pela violência que eu encontrava no país e a cada dia tem piorado em relação a isso. Aí nós decidimos” (E4).

“Meu pai foi assaltado muitas vezes, a minha casa foi assaltada, eu vi um empregado do meu pai assassinado no trabalho, eu vi um primo ser morto, [...] eu me comecei a ter medo [...] eu cresci com estresse no Rio de Janeiro. Tive que renunciar tudo, os meus colegas, meus amigos do colégio” (E26).

“Eu tinha três lojas abertas. Teve roubo, furto, assalto à mão armada. [...] deram cinco tiros dentro da Pizzaria [...] a grande maioria dos brasileiros hoje que eu conheço aqui saiu muito por conta da violência” (E32).

Cruz *et al* (2019) também destacaram que dentre os principais motivos que fizeram os brasileiros saírem do Brasil rumo à Portugal estariam a violência, a busca de oportunidades e melhor qualidade de vida. Informaram também que os brasileiros escolheram Portugal pela facilidade do idioma, pelo clima, proximidade cultural e devido ao baixo custo de vida e segurança. Assim, os resultados apontados pelas declarações dos entrevistados corroboram com estudos anteriores.

4.5 O cenário do empreendedorismo de imigrantes

A motivação para a decisão empreendedora tanto é explicada por teorias que derivam de estudos que enfocam a situação económica do pré-empreendedorismo do migrante, como por teorias que se centram numa ampla gama de motivações que um migrante pode ter para optar pelo empreendedorismo (Dana, & Morris, 2007)

Por exemplo, os fatores de impulso abrangem os imigrantes que são compelidos por circunstâncias e situações negativas a trabalhar por conta própria (Rubach, Bradley & Kluck, 2015).

Portes, & Zhou, (1992) destacaram que a opção de imigrantes pelo autoemprego (ou em alguns casos o subemprego), fazem parte de estratégias de sobrevivência na chegada ao país de destino, o que também é apontado nas entrevistas:

“[no Brasil] eu trabalhava em Banco, mexia com venda e compra de dólar [...] cheguei aqui e fui trabalhar em restaurante [...] aí você tinha que estar procurando trabalhos temporários e eles pagam por hora, pagam 5 euros, 6 euros... e foi o que eu fiz” (E34)

“A ideia na verdade, antes do bar, era o Barba Grill que eram os molhos e a salsicha. Era isso a nossa ideia. Era botar uma banca na feira e vender para não trabalhar mais para os outros” (E05).

Um padrão perceptível associado a esse tema na narrativa de alguns entrevistados é a tese da desvantagem que explica a entrada do migrante no empreendedorismo como resultado da desvantagem que encontram no país anfitrião na chegada. A decisão empresarial é uma alternativa ao desemprego. Tendo em vista que o migrante não possui referências verificáveis no país de acolhimento, existe a percepção de que encontrar o emprego expectável é difícil e o indivíduo simplesmente decide iniciar um negócio, evitando assim as limitações enfrentadas no país de acolhimento. Estes comportamentos podem ocorrer em migrantes com capital humano limitado que optam por contornar o processo de procura de emprego ingressando no trabalho autónomo em setores com fracas barreiras à entrada. Portanto, a motivação para entrar no negócio está necessariamente relacionada com o mecanismo de sobrevivência. Os resultados deste estudo indicam que é um fator a ser considerado na decisão empreendedora.

Há fatores que enfatizam os aspetos positivos da decisão de entrada no negócio e estão ligados a indivíduos que combinam recursos de forma a aproveitar um espaço potencial no mercado (Soydas, & Aleti, 2015). A decisão empreendedora, conforme observado neste estudo, aceita vários dos pensamentos estabelecidos sobre os fatores que atraem um indivíduo a iniciar um negócio. Para alguns entrevistados, a decisão empreendedora foi percebida como uma oportunidade económica proporcionada pelo país anfitrião.

Chrysostome, & Arcand,(2009) já haviam ressaltado que a experiência profissional no exterior é uma via para o empreendedorismo do imigrante, uma vez que é durante esse período que pode se aprender a dinâmica de negócios e as normas locais. O depoimento a seguir resalta um empresário que não tinha a intenção de abrir um negócio, inicialmente:

“Minha intenção era apenas trabalhar. Eu estava saturado e só queria trabalhar, mas com o passar dos anos eu criei uma experiência muito boa, conheci muitas pessoas e hoje eles até me chamam de [nome do entrevistado] ou [nome do entrevistado] da picanha” (E15).

Assim o estudo revela que a experiência anterior é um fator importante na decisão empresarial. As experiências anteriores afetam a sua motivação para entrar no negócio e focam o indivíduo numa área na qual ele pode obter o máximo de benefícios das suas habilidades e conhecimentos

adquiridos. Indivíduos que trabalharam no mesmo ramo de negócios compreenderam o modelo e podem tê-lo usado como parte da sua avaliação de tomada de decisão empreendedora.

Também foi destacado, por Clark, Drinkwater, & Robinson,(2017) ou por Mawson, & Kasem, (2019), dentre outros, que o empreendedorismo de migrantes ocorre mais por iniciativas individuais do que devido ao suporte das associações de empreendedores. De facto, os empresários entrevistados deixam claro que não há esse tipo de organização na região, e que os negócios eram fruto de suas redes pessoais:

“A Nilce que me indicou a loja [...] meu ex-companheiro, foi ele que me ajudou também nesse momento e essas pessoas mesmo que seja o zelador, um amigo aqui, vizinho do dia a dia que você fala” (E03).

“Todo mundo fala que eu fui corajosa porque quando eu disse que ia abrir um salão aqui. A maioria das pessoas próximas disse que eu era maluca porque aqui é muito parado e morto e eu não ia conseguir nem pagar aluguel [...] eu recebi crítica e não tive apoio” (E21).

Os entrevistados demonstraram orgulho ao falar de seus esforços individuais para abrirem seus negócios. Apenas os entrevistados E06 e E07 informaram que pretendiam criar uma associação de negócios. Mas esta seria voltada para o ramo de atuação deles – o churrasco.

Outro ponto destacado foi que os empreendedores que possuem baixa qualificação têm dificuldades na obtenção de crédito bancário, sendo que formas alternativas de crédito e a criação de associações de apoio também são estabelecidas no seio dessas comunidades ver (Light, Bhachu, & Karageorgis, 1993; Zhou, 2004).

No caso dos brasileiros em Portugal, não foram identificados mecanismos de crédito informal para financiar negócios, nem dificuldade na obtenção de empréstimos oficiais, sendo isso mesmo para imigrantes com baixa qualificação:

“Vamos fazer um empréstimo foi o que eu fiz [...] encontramos essa lojinha que já foi financeiramente interessante e fomos ao banco. O empréstimo foi rápido [...] assustador; porque eu não imaginava que seria muito rápido” (E013 – ensino fundamental).

Tal como refere Fraser (2007), não há propriamente uma discriminação étnica no mercado de crédito. Os fatores de risco não étnicos explicam a maioria das recusas, evidenciando a pouca propensão do financiamento convencional para apoiar os novos projetos empresariais, mas abrindo portas a outras formas de financiamento bancário que permitem superar o acesso ao crédito.

Cruz et al., (2019) chamaram a atenção para o fato de que empreendedores étnicos visam suprir suas comunidades com produtos e serviços de alimentação, vestuário ou serviços específicos (Cruz et al., 2019). A partir das respostas dos entrevistados, foi possível segmentar os negócios nos seus diferentes público-alvo:

Tabela 5: Público-alvo dos negócios

Foco nos Brasileiros	Foco no público em geral
Estética (E18), Advocacia (E35), Fábrica de Doces (E01, E09 e E02), Café e Lanchonete (E04), Café e Restaurante (E10), Restaurante (E12 e E19), Pastelaria (E20) e Remessa de Dinheiro (E33).	Lanchonete (E17 e E34), Restaurante e Pizzaria Italiana (E32), Contabilidade (E31), Locação de Carros Elétricos (E30), Açougue (E22 e E29), Restaurante Japonês (E28 e E11), Barbearia (E27), Restaurante (E05, E26, E23 e E15), Reparação de celulares e equipamentos de informática (E24 e E25), Cabelereira (E21), Restaurante e Lanches (E16), Café (E14), Salão de Beleza (E13), Compra, reforma e venda de Imóveis (E08), Festival e Eventos de Churrasco (E07), Pizza & Steakhouse (E06) e Venda de roupas usadas (E03).

Fonte: elaboração própria

Zhou, (2004) e Drori, Honig, & Wright, (2009) postulam que os traços culturais dos imigrantes não pareceram ser os diferenciais na escolha pelo tipo de negócio. Apesar de terem sido identificadas academias de jiu-jitsu e capoeira (como apontado nos trabalhos de Rocha, Esteves, Mello, & Silva, 2015) ou churrascarias (como apontado por Fonseca, & Rocha, 2018), os pesquisadores não conseguiram fazer contato com os donos destes estabelecimentos. Ao que tudo indica, o fato de ser uma cidade turística tem maior peso na escolha do tipo de negócio e do público-alvo. No entanto, essa questão será discutida adiante, quando também for tratado o nível micro da *mixed embeddedness*.

Dado que a maioria dos entrevistados havia chegado a Portugal há menos de cinco anos e viam os seus negócios como forma de sobrevivência, há evidências que corroboram com o argumento de Portes, & Zhou, (1992), que afere ao empreendedorismo étnico como maneira de promover a mobilidade económica e a inserção dos imigrantes recém-chegados.

Diante da análise dos negócios imigrantes brasileiros, evidencia-se que as estratégias de sobrevivência inicial se tornam muitas vezes negócios estruturados que visam atender não só a comunidade local de brasileiros, mas expandem-se para o atendimento de necessidades dos habitantes locais. A experiência profissional, aliada às iniciativas individuais dos empreendedores imigrantes enquadra-se numa estrutura de oportunidades oriunda dos elementos da *mixed embeddedness*, demonstrados a seguir.

4.6 *Mixed embeddedness* nas comunidades de imigrantes brasileiros

O ponto de vista da *mixed embeddedness* defende uma interação constante entre as explicações estruturais e culturais, e onde as estruturas sociais e as procuras do mercado fornecem estruturas de oportunidade dentro das quais os imigrantes podem criar empreendedorismo, enquanto mobilizam os seus recursos étnicos (Kloosterman, & Rath, 2003). A decisão de iniciar um empreendimento, portanto, é o produto de origens sociais e culturais e como estas se relacionam com a situação social e económica do local de destino.

Há elementos importantes da *mixed embeddedness* que podem ser aplicados às empresas criadas pelos imigrantes brasileiros em Portugal, como fatores centrais que influenciaram as decisões individuais de entrada nos negócios. A próxima etapa do estudo é analisar e identificar padrões básicos desta teoria na transcrição das entrevistas.

Kloosterman, (2010) propõe que a análise dos contextos seja feita em três níveis: macro (nacional), meso (regional/urbano) e micro (bairro).

No nível macro Rath, & Kloosterman, (2000) destacaram que um dos fatores de análise seria a economia do país. Os números de Portugal dão conta de que, excluindo-se o sistema bancário e seguros, as empresas com participação estrangeira são responsáveis por quase a metade do volume de negócios em Portugal, sendo que 64% das grandes empresas têm participação estrangeira (Bento, 2018). Mas isto representa o grande capital. No entanto, não há estatística para se afirmar que parcela da atividade empresarial representam os pequenos negócios de imigrantes. Outro fator destacado pelos autores da *mixed embeddedness* tem a ver com a estrutura institucional, incluindo leis e regulamentações. Uma das formas do governo português atrair capital estrangeiro é através da Autorização de Residência por Investimento (ARI), também conhecida como Golden Visa. Esse visto foi lançado em 2011 e, desde então, os migrantes chineses a negócios foram os que mais beneficiam desta iniciativa (Gaspar, & Ampudia de Haro, 2020). Os autores destacaram que o Brasil tem a segunda colocação em número de ARI concedidos entre 2012 e 2018. Mas este não parece ser a melhor forma de o brasileiro investir em Portugal, uma vez que 74% dos requerentes desse visto o fazem através aquisição imobiliária (SEF, 2020).

“[...] porque uma coisa liga a outra né, como a gente veio para empreender. O nosso visto aqui está ligado ao negócio. Então mistura nossa vida pessoal com a profissional [...]” (E28).

“Para os brasileiros, geralmente, damos uma opção que é mais em conta que é o D7, pois demanda um investimento menor. [...] O brasileiro não faz tanto, pelo menos comigo, o Golden Visa porque é muito mais caro” (E35 - advogada).

Como consequência, (Barbosa, & Lima, 2020) destacaram que, entre 2016 e 2018, o fluxo de remessas do Brasil para Portugal atingiu cerca de USD 867 milhões, revertendo a tendência de queda nos anos de 2012 a 2015.

Um dos componentes centrais da *mixed embeddedness* é a existência de oportunidades de negócios para os migrantes iniciarem os seus empreendimentos. Essas oportunidades são criadas pelo mercado de destino. No nível meso de análise, (Kloosterman, 2010) destaca que deve englobar a análise dos mercados-alvo e da estrutura de oportunidades. Oportunidades empresariais são situações e circunstâncias favoráveis, nas quais bens e serviços são introduzidos no mercado com fins lucrativos (Shane, & Venkataraman, 2000). Consequentemente, a propensão dos imigrantes a procurarem trabalhar por conta própria (Baron, & Henry, 2011) é fortemente impactada pelas oportunidades económicas oferecidas pelo ambiente prevalecente na sociedade de acolhimento.

Neste sentido, destaca-se que o Porto é uma cidade turística, com uma gastronomia de excelência, isso justifica a criação de muitos negócios de alimentação (Araújo, 2014), como corroborado pela fala:

“A gente queria abrir uma cafeteria [...] tinha muito turista já quando a gente veio e não tinha essa coisa de uma cafeteria sem os doces típicos portugueses” (E09).

“[...]Je o meu marido no Porto ele já tem o respaldo muito grande do brasileiro, é muito, acho que é mais que 50% da clientela dele é brasileira, e ele tem uns turistas também, então ele tem muito cliente que vem, que está passeando, mas não é um cliente fiel, né? É aquele que só vem depois vai embora e não volta mais” (E28).

“[...]queria um local que não fosse tão caro o aluguel e nem tão longe do Centro que é a zona turística principal do Porto[...]” (E16).

No geral, os entrevistados concordaram que a região do Porto lhes ofereceu as oportunidades de que precisavam devido à importância e à diversidade da região.

Kloosterman, (2010) destaca ainda que os mercados tipicamente acessíveis aos imigrantes incluem setores de ordem inferior (para atender aos co-étnicos) ou os setores em declínio que deixaram de ser explorados pelos habitantes.

Os resultados demonstram que as empresas da comunidade brasileira estão fortemente concentradas em setores vulneráveis, de fácil entrada e saída rápida, conforme articulado na literatura (Barrett et al., 2002). Neste contexto, as empresas são mais propensas a localizar-se em áreas da cidade economicamente menos favorecidas, devendo enfatizar-se que as consequências da localização se manifestam no facto de que muitas sobreviverem marginalmente.

Esta afirmação encontra algumas exceções entre os empresários brasileiros em Portugal. Por exemplo, o entrevistado E23 trabalhou por 17 anos em uma grande indústria de bebidas do Rio de Janeiro. Como tinha cidadania portuguesa e contatos familiares já estabelecidos em Portugal, decidiu emigrar com sua família. Durante os 18 meses que está no país, iniciou sua trajetória empreendedora após mapear as oportunidades de emprego. Preferiu realizar pesquisas sobre empreendedorismo e oportunidades de negócios em Portugal. Montou um plano de negócios para abertura de uma cervejaria/bar e através de suas amizades profissionais, formou uma sociedade com investidores brasileiros e comprou uma marca de restaurante muito tradicional no Porto. O entrevistado relatou que vivenciou uma espécie de ‘ciúmes’ dos portugueses por que os brasileiros estavam ‘comprando Portugal’.

Rath, & Kloosterman, (2000) destacam ainda que as condições de mercado podem determinar, em grande medida, em quais segmentos ocorrem novos negócios de imigrantes, isso leva em consideração a análise do nível micro.

O estudo identifica a seguinte conformidade de negócios brasileiros:

(i) Aqueles próximos às áreas menos nobres de turismo (ou seja, fora da baixa do rio Douro, perto da Ponte Luís I). Essa área situa próximo ao mercado Bolhão, à rua Santa Catarina e a Praça dos Poveiros. Trata-se de uma área que inclui escritórios e cujos negócios são prioritariamente de alimentação. Acredita-se que esse é o principal fator para esse tipo de alimentação. Os entrevistados tinham como público-alvo os consumidores em geral. Os negócios apresentavam uma conformidade internacionalizada (restaurante japonês, italiano, cafés portugueses, etc), como destacado a seguir:

“O público que gosta de sushi de verdade vem aqui e vai comer um bom arroz, um bom peixe, um bom roll. Eu tenho muitos clientes estrangeiros que vem aqui por conta disso, gente de fora dizendo que já comeu sushi em diferentes lugares e aqui é um dos melhores que ela já comeu” (E11).

(ii) Aqueles próximos ao Consulado Geral do Brasil no Porto e do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF). Foram identificados, nessa região, negócios tipicamente voltados para os brasileiros como pastelaria, contabilidade, salões de beleza, etc. A pesquisa com observação in loco foi muito rica ao identificar que muitos desses negócios situavam-se no Shopping Brasília, construído em homenagem à cidade brasileira. Tratava-se de negócios mais modestos, com decorações mais simples, sendo alguns deles voltados para o público brasileiro, conforme a seguir é explicitado:

“eu fiz a escolha do local não só por essa concentração de brasileiros, mas porque eu gostei. Também porque o brasileiro quando ele vê se tem pastel, ele vai lá comer e tem gente nova todo dia e tem muita gente que ainda não conhece” (E20).

Isso reforça a percepção de Zhou, (2004) e Drori, Honig, & Wright, (2009), de que os traços culturais dos imigrantes não pareceram ser os diferenciais na escolha pelo tipo de negócio. Também, conforme identificaram (Cruz et al., 2019), a escolha do tipo de negócios parece ser uma decisão estratégica, com base na localidade e público-alvo.

No nível micro, também é destacado que os empreendedores podem utilizar os seus recursos individuais e os diferentes tipos de capital disponíveis (social, cultural e humano) (Bourdieu, 1986). Esse foi o caso de um casal da cidade de São Paulo que abriu uma franquia de uma cafeteria na Praça dos Poveiros, perto do centro do Porto.

Eles trabalhavam como bancários, altos cargos de gerência e uma vida muito atribulada. O marido ganhou uma viagem para Portugal da empresa e ficou apaixonado pelo país. Interessados em ser empreendedores, faziam cursos de gastronomia, barista, comida italiana, francesa e hambúrguer gourmet, no Brasil. Tinham uma situação financeira estável. Pesquisaram possibilidades de negócios em Portugal e, depois de algum tempo, decidiram por uma franquia. Após esse passo, procuraram uma empresa de consultoria para orientá-los no processo de saída do Brasil, bem como a documentação portuguesa. Ainda em São Paulo, abriram contas em bancos portugueses, abriram a empresa, contrataram o contador e advogado. Este último fez todo o tramite para o casal, que imigrou com visto de empreendedor e começaram a administrar o seu negócio. Isso aponta para um processo migratório e empreendedor bastante planejado, diferente dos casos tipicamente relatados entre os empreendedores imigrantes (Portes, & Zhou, 1992; Zhou, 2004).

A relação de mercado é amplamente mediada por imperativos sociais, culturais e econômicos. No entanto, A gestão de negócios contemporânea enfatiza a importância do relacionamento com os clientes como uma estratégia para mantê-los satisfeitos e leais. O atendimento ao cliente é um foco central no marketing moderno. Essa estratégia é útil para ter clientes estáveis que permitam aos empreendedores gerir os seus relacionamentos. Nessa perspectiva, a comunidade empreendedora brasileira beneficia dos impactos positivos associados a uma evidente tendência cultural para maximizar os fatores que compõem o mix de marketing.

Por fim, há que se levar em consideração os mecanismos de desconfiança e sabotagem entre indivíduos do mesmo grupo étnico (Cruz, Falcão, & Barreto, 2017), fazendo um contraponto com todos os elementos das redes de apoio institucional. Sob esse aspecto, foi declarado que:

“Quando eu saí do Brasil saí um pouco frustrado, até acho que as coisas estão melhorando, mas eu evito ao máximo essa associação com o Brasil. Apesar de ter orgulho de ser brasileiro, lógico, amo meu país, mas evito” (E16).

A literatura sugere que as empresas co-étnicas prosperam com base na confiança construída sobre uma cultura compartilhada por exemplo, (Sequeira, & Rasheed, 2004), mas os dados parecem desafiar essa noção. Até que ponto as relações de confiança podem ser consideradas um problema, dada a aparente desconfiança existente, é uma questão que fica em aberto.

Diante da análise em três níveis proposta por Kloosterman, (2010), depreende-se que o empreendedorismo de imigrantes brasileiros em Portugal é fruto da conjuntura económica brasileira (como causa repulsiva) e da questão da obtenção dos vistos de negócios ou ancestralidade (como causas atrativas). Os brasileiros, quer por sua experiência em negócios anteriores ou por motivações outras (como a mera sobrevivência), empreendem com sucesso em Portugal, agregando a sua expertise e conhecimentos ‘étnicos’ em prol de suprir lacunas do mercado local. As diversas camadas de análise se interpõem e fazem sentido diante do cenário representado pelas atividades imigrantes.

Em síntese, o processo de tomada de decisão empresarial, alinhado a abordagem de fatores mistos (*mixed embeddedness*) que influenciam a decisão empreendedora, requer por um lado que o indivíduo identifique as oportunidades e os recursos necessários, e por outro dá particular atenção aos traços comportamentais derivados do ambiente familiar, cultural e social, afigurando-se uma perspectiva de análise que se adapta à compreensão da natureza do empreendedorismo brasileiro, permitindo a identificação dos padrões básicos.

5. CONCLUSÃO

O estudo exploratório desenvolvido foi conduzido dentro do contexto da migração brasileira em Portugal onde as atividades empreendedoras se localizam. Nos últimos anos, a migração do Brasil para Portugal tem crescido continuamente em número, sendo constituída na sua maioria por migrantes económicos ou indivíduos que procuram fugir à insegurança. O objetivo inicial era o de identificar os aspetos mais marcantes da comunidade de empreendedores brasileiros, estabelecida na cidade do Porto, no tocante às suas aspirações, trajetórias migratórias e aspetos de suas atividades empreendedoras.

Pretendeu evidenciar a interação dinâmica entre as estruturas de oportunidades (mercado de trabalho, económicas, institucionais), sociais, culturais e outros recursos disponíveis para os migrantes no país de acolhimento bem como fatores individuais, para compreender como os indivíduos na esfera económica desenvolvem as atividades empreendedoras.

O empreendedorismo brasileiro em Portugal não está suficientemente documentado, embora a sua imigração constitua hoje a parte maior da população imigrante residente. São as suas experiências empreendedoras que informam esta investigação.

Assim, o estudo centrou-se na seguinte questão de investigação: “Em que medida o contexto ambiental e as características pessoais influenciam os processos, procedimentos e resultados do empreendedorismo imigrante nas comunidades brasileiras na Região do Porto em Portugal?”.

A análise da resposta a esta questão conduziu a um estudo que, partindo de entrevistas e adotando uma metodologia de análise do discurso, apresentou e analisou os seus resultados, averiguando através da análise do impacto dos ambientes nas orientações aspiracionais dos empreendedores entrevistados.

Na primeira parte do trabalho foi realizada uma revisão abrangente da literatura sobre o tema, tendo como objetivo apresentar os conceitos fundamentais da migração e dos vários níveis de empreendedorismo com vista a fornecer uma matriz para a leitura das questões empíricas.

Com a revisão da literatura estabelece-se assim o quadro analítico que serviu para guiar a investigação empírica ao nível das entrevistas a desenvolver nos capítulos seguintes.

Para o objetivo central da investigação foi realizado um estudo empírico, consubstanciado num conjunto de 35 entrevistas, suportadas num questionário semiestruturado, que recolheu dados do público-alvo constituído por empreendedores imigrantes brasileiros residentes em Portugal. Esta opção metodológica – descrita no capítulo terceiro – adotou o framework da *mixed embeddedness* para analisar as entrevistas e a relevância dos seus elementos. A apresentação e discussão pela abordagem do contexto migratório, incluiu depois os aspetos do empreendedorismo da comunidade brasileira em si.

Nesse contexto, a apreciação do fenómeno do empreendedorismo imigrante envolve o indivíduo empreendedor, a empresa e o ambiente no qual opera. O estudo explora a linguagem que utilizam os respondentes para descrever a sua situação e as suas perceções, e a forma como conseguiram moldar a estrutura de oportunidades através de comportamentos empreendedores. São

interpretados os relatos subjetivo-interpretativos dos empreendedores e é colocada ênfase no significado do sucesso do negócio, lançando luz sobre a questão da motivação.

Respondendo à questão de investigação, o estudo permitiu identificar as particularidades dos empreendedores entrevistados quanto aos aspetos migratórios que envolveram a escolha por Portugal, razões para deixar o Brasil, forma de entrada etc, bem como descrever e analisar as particularidades do empreendedorismo de imigrantes brasileiros no Porto. Por fim, o uso da abordagem de análise da *mixed embeddedness* (Rath, & Kloosterman, 2000) mostrou-se adequada, dado que nos relatos, destacam-se aspetos do nível macro, meso e do micro.

Vários temas analíticos são identificados pelo estudo, alguns complementares, alguns contraditórios e alguns ambíguos.

Como principais resultados destacam-se, em primeiro lugar, uma visão geral de como se configura a crescente comunidade empreendedora brasileira no Porto, denotando o carácter pioneiro do presente estudo.

Em segundo lugar, os relatos dos imigrantes, corroboram em parte com outros estudos realizados no seio de comunidades brasileiras, ao evidenciar os motivos que levam os imigrantes a saírem do Brasil e a estabelecer-se no Porto, Portugal.

Os indivíduos empreendedores imigrantes ajustam-se por meio de práticas informadas, iniciativas e desejos pessoais inatos e fazem uso de recursos pessoais. O vislumbre de oportunidades de negócio decorre de planeamento em alguns casos, e em outros de sorte (sem planeamento prévio). Isso é executado por meio de uma combinação das características da comunidade brasileira e da estrutura de oportunidades que é influenciada pelas condições ambientais externas, no Porto e em Portugal. A qualidade de vida do país, o clima e os aspetos linguístico-culturais ou de ancestralidade são fatores que apoiam as atividades empreendedoras e os anseios de se fixarem no país.

A abordagem '*mixed embeddedness*' ao concentrar-se nas influências do ambiente do país de acolhimento sobre as estruturas de oportunidade, sugere que se deve considerar o impacto do contexto ambiental para explicar a estrutura de oportunidades do empreendedorismo da comunidade imigrante brasileira.

Evidencia-se que o empreendedorismo entre os imigrantes brasileiros em Portugal também pode ser interpretado e visto como uma estratégia inicial de sobrevivência económica e fonte de resistência à exclusão social em face das dificuldades enfrentadas em Portugal. Contudo, as evidências revelam que muitos negócios atendem não só a comunidade local de brasileiros, mas expandem-se para o atendimento de necessidades dos habitantes locais. Assim, os empreendedores da diáspora brasileira adquirem papéis que não diferem muito dos restantes empreendedores em Portugal, constituindo uma trajetória de inserção social.

Por fim, são revelados também as escolhas mercadológicas dos empreendedores e os mecanismos de networking ou de desconfiança entre os mesmos, corroborando com estudos anteriores. Alguns atores empreendedores estão longe de ser vulneráveis ou desprivilegiados. As suas ações de empreendedorismo são atividades conscientes e calculadas para atingir os objetivos traçados, como

é o caso dos beneficiários dos vistos de autorização de residência por investimento. Além disso, o perfil migratório mais recente de brasileiros para Portugal inclui um grande contingente de indivíduos qualificados e experientes, que se convertem em empreendedores bem-sucedidos.

Contribuições a nível empírico, metodológico e prático podem ser extraídas da investigação para a realidade do empreendedorismo imigrante, um fenómeno multifacetado. Empiricamente, o estudo ajudou a preencher uma lacuna na literatura sobre o empreendedorismo imigrante brasileiro em Portugal. Metodologicamente, o estudo faz uso da inserção do investigador na comunidade brasileira. Investigador e o investigado compartilham nacionalidade e formação, o que ajudou a melhorar a qualidade do entendimento do tema e a autenticidade dos dados e informações recolhidas. Além disso, inclui a discussão e emprego da abordagem *mixed embeddedness* (Rath, & Kloosterman, 2000) no contexto inédito do seu uso no seio das comunidades de imigrantes brasileiros em Portugal. Estudos futuros poderão abordar outros contextos da imigração brasileira, inclusive em outras cidades de Portugal ou da Europa.

Como implicação prática, os resultados do estudo podem servir de apoio para futuros empreendedores vislumbrarem estratégias de estabelecimento em Portugal, ampliando as suas chances de sucesso. Além disso, os resultados destacam as vantagens do interesse público em apoiar os negócios dos imigrantes. Os benefícios decorrentes da capacitação dos empreendedores imigrantes são economicamente compensadores ao mesmo tempo que é socialmente benéfico, contribuindo para que as pessoas desenvolvam um sentimento duradouro de inclusão e de coesão comunitária. A emergência de políticas que melhorem o empreendedorismo imigrante (serviços de apoio adequados aos seus problemas peculiares, acesso a capital, etc.) potencializará a criação de novas empresas e o seu funcionamento diário.

Em síntese, os resultados do estudo fornecem uma compreensão mais clara e aprofundada da comunidade de empreendedores brasileiros, estabelecida na cidade do Porto, no tocante às suas aspirações, trajetórias migratórias e aspetos de suas atividades empreendedoras.

Embora o objetivo inicial do estudo tenha sido alcançado, é importante sublinhar que os resultados obtidos podem ter sido, de algum modo, influenciados por limitações metodológicas. Em primeiro lugar, o uso do método qualitativo tem as suas próprias limitações para testar teorias ou paradigmas derivados do estudo. Em segundo lugar, a representatividade dos respondentes pode ser questionável. Apesar dos resultados úteis obtidos, a amostra pode ser considerada relativamente pequena (embora em conformidade com a estrutura metodológica) e com a restrição da amostra a um local (Porto), não refletindo a verdadeira natureza da população de empreendedores brasileiros em Portugal. Também a premissa da homogeneidade entre os empreendedores desconsidera a existência de diferenças de grupo, contudo a percepção sugere que podem existir diferenças em função do género, classe ou entre imigrantes de primeira ou segunda geração. Ambas afetam a capacidade do estudo de fazer generalizações. Finalmente, embora os resultados sejam significativos e interessantes, devem ser utilizados com cautela devido à natureza exploratória da investigação.

Não obstante as limitações referidas, considera-se que as conclusões constituem uma boa base para o estudo da problemática do empreendedorismo imigrante, e para iniciar outras investigações onde uma análise mais densa e quantitativa confira robustez aos resultados e confirme as conclusões obtidas.

Como resultado, há oportunidade para mais investigação empírica. Uma análise sistemática e quantitativa traria certamente novos insights a respeito da comunidade de empresários brasileiros em Portugal. Por exemplo, facilitar as medições objetivas do sucesso ou fracasso empresarial. A investigação qualitativa também sairia fortalecida com novas investigações comparativas de diferentes contextos nacionais, com o propósito de clarificar as influências estruturais e contextuais nos resultados, comparando a comunidade imigrante brasileira em Portugal com outros grupos da diáspora brasileira noutras sociedades ocidentais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Akbar, M. (2019). *Examining the factors that affect the employment status of racialised immigrants: a study of Bangladeshi immigrants in Toronto, Canada. South Asian Diaspora*. 11(1), 67–87.
- Akerlof, G. A., & Kranton, R. E. (2008). Identity, supervision, and work groups. *American Economic Review*, 98(2), 212-17.
- Araújo, M. J. S. D. L. (2014). *Valor Patrimonial da Gastronomia Portuguesa: impacto na satisfação dos Turistas no destino Porto (Master's thesis)*.
- Azmat, F. (2013). Opportunities or obstacles? *International Journal of Gender and Entrepreneurship*.
- Bagwell, S. (2018). From mixed embeddedness to transnational mixed embeddedness. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 24 No, 104-120.
- Baltar, F., & Icart, I. B. (2013). Entrepreneurial gain, cultural similarity and transnational entrepreneurship. *Global Networks*, 13(2), 200-220.
- Barbosa, A., & Lima, Á. (2020). *Brasileiros em Portugal: de volta às raízes lusitanas*. (Brasília: Ed. FUNAG.).
- Baron, R. A., & Henry, R. A. (2011). Entrepreneurship: The genesis of organizations. In APA handbook of industrial and organizational psychology, Vol 1: Building and developing the organization. *American Psychological Association.*, (pp. 241-273).
- Baron, R.A. & Shane, S. A. (2008). Entrepreneurship: a process perspective. 2nd edn Mason (OH). *Thomson/South-Western*.
- Barrett, G., Jones, T., McEvoy, D., & McGoldrick, C. (2002). The economic embeddedness of immigrant enterprise in Britain. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 8(February 2002), 11–31.
- Baumol, W. J. (1990). *Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive*.
- Bazeley, P., & Jackson, K. (2013). *Qualitative Data Analysis with NVivo* (2ª ed.). Londres: Sage.
- Bazeley, P. (2007). *Qualitative data analysis with NVivo*. (p6-15) London.
- Bisignano, A.P. and El-Anis, I. (2019). "Making sense of mixed-embeddedness in migrant informal enterprising." *Journal of Entrepreneurial Behavior & Research.*, VOLUME.
- Borjas, G. (2018). A economia da imigração. *Routledge*, 1–52.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In: RICHARDSON, J. (Ed). Handbook of theory and research for the sociology of education. *New York: Greenwood Press*, 1986. p. 214-258.
- Brignol, L. D., & Costa, N. D. (2016). Migração e usos sociais do facebook: uma aproximação à webdiáspora senegalesa no Rio Grande do Sul. *REMHU: Revista Interdisciplinar Da Mobilidade Humana*, 24(46), 91-108.
- Brum, A. G. (2018). A história da imigração de brasileiros para o Sul da Flórida. *Revista de História Regional*, 23(2).
- Casson, M. (1982). *The entrepreneur: An economic theory*. (Rowman & Littlefield.).
- Castles, S. (2011). Migration, Crisis, and the Global Labour Market. *GloThe Neoliberal Ideology of Economic Efficiency and Shared Prosperity Masks the Exploitation of Labour on a Global Scale. The International Mobilization of Workers and Their Differentiation on Criteria of Gender, Race, Ethnicity, Origins, and Legal Stat*, 8(3), 311–324.

- Cebulko, K. (2018). *Privilégio sem papéis: Intersecção de desigualdades entre brasileiros de 1,5 geração em Massachusetts*. (Ethnicities), 18 (2), 225–241.
- Chand, M., & Ghorbani, M. (2011). National culture, networks and ethnic entrepreneurship: A comparison of the Indian and Chinese immigrants in the US. *International Business Review*, 20(6), 593-606.
- Chernobay, L., Adamyk, V., & Malibroda, S. (2019). An approach to modelling the impact of international migration on the economy of receiving country. *Economics, Entrepreneurship, Management*, 6(1), 47–69.
- Chrysostome, E., & Arcand, S. (2009). Survival of necessity immigrant entrepreneurs: An exploratory study. *Journal of Comparative International Management*.
- Chua, J. H., Chrisman, J. J., & Sharma, P. (1999). *fining the family business by behavior*. (Entrepreneurship theory and practice), 23(4), 19-39.
- Clark, K., Drinkwater, S., & Robinson, C. (2017). Self-employment amongst migrant groups: new evidence from England and Wales. *Wales. Small Business Economics*, 48(4), 1047-1069.
- Colakoglu, S., Yunlu, D. G., & Arman, G. (2018). High-skilled female immigrants: Career strategies and experiences. *Journal of Global Mobility: The Home of Expatriate Management Research*.
- Collins, J., & Low, A. (2010). Asian female immigrant entrepreneurs in small and medium-sized businesses in Australia. *Entrepreneurship and Regional Development*, 22(1), 97–111.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. *Sage Publications*.
- Creswell, J. W. (2009). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approachs*.
- Cruz, E. P., Falcão, R. P. D. Q., & Paula, F. D. O. (2019). Imigrantes Ou Consumidores De Intercâmbio ? As Agências Como Possíveis Facilitadores Da Imigração De Brasileiros Para Austrália Immigrants or Exchange Consumers ? Agencies As Possible Facilitators of Brazilian Immigration To Australia ¿ Inmigrantes O Cons. *Turismo: Visão e Ação*, 22(2), 297-317.
- Cruz, E. P., Falcão, R. P. D. Q., Barbosa, Y. O. F., & Paula, F. D. O. (2020). *Analysis of prescribing variables of entrepreneurial intention of brazilian immigrants in Portugal*. (Rev. Adm. Contemp.), 349–368.
- Cruz, E. P., Falcão, R. P. de Q., Barbosa, Y. O. B., & Araújo, G. M. de S. (2019). *Relatório de Pesquisa: Perfil dos brasileiros em Portugal*. (Departamento de Empreendedorismo e Gestão da UFF. Niterói.).
- Cruz, E. P., Barreto, C. R., & Pinto, C. B. (2015). Internationalization of Small Business: An Investigation about Brazilian Business in Orlando City. *Journal of Management Policy and Practice*, 16(3), 78–94. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1727387697?accountid=15083>
- Cruz, E. P., Falcão, R., Mancebo, R. C., & Castro, A. (2017). Trajetórias do empreendedorismo imigrante e estratégias de mercado a partir das experiências de brasileiros no exterior. *Cadernos de Gestão e Empreendedorismo*, 5(2), 37.
- Cruz, E. P., & Falcão, R. P. de Q. (2017). Revisão bibliométrica no tema Empreendedorismo Imigrante e Étnico. *Internext*, 11(3), 78.

- Cruz, E. P., Falcão, R. P. de Q., & Barreto, C. R. (2017). Estudo Exploratório do Empreendedorismo Imigrante Brasileiro em Pompano Beach e Orlando - EUA. *Gestão & Planejamento*, 18, 37–54.
- Cruz, E. P., Falcão, R. P. de Q., & Mancebo, R. C. (2019). Market orientation and strategic decisions on immigrant and ethnic small firms. *Journal of International Entrepreneurship*, 18(2), 227–255. <https://doi.org/10.1007/s10843-019-00263-2>
- Cruz, E. P., Falcão, R. P. de Q., & Petri, F. C. (2018). Explorando o Empreendedorismo do Enclave Brasileiro no Sul da Flórida. *REVISTA ELETRONICA DE ESTRATEGIA E NEGOCIOS*, 11(1), 138–164.
- Cruz, E. P., Falcao, R. P. Q., & Barreto, C. R. (2018). Exploring the evolution of ethnic entrepreneurship: the case of Brazilian immigrants in Florida. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 24(5), 971–993.
- Cruz, E. P., Ramos, C., Falcão, R. P. de Q., & Amaral, S. S. (2017). The Uppsala model as an attempt to explain the Brazilian immigrant ventures in Orlando, Florida. *The Journal of Business Diversity*, 17(1), 79–92. Retrieved from <http://ezproxy.laureate.net.au/login?url=https://search.proquest.com/docview/1926955230?accountid=176901>
- da Fonseca, M. R., & Rocha, T. V. (2018). The impact of internationalization in the brand image of brazilian franchises of the food sector. *International Journal of Professional Business Review: Int. J. Prof. Bus. Rev.*, 3(2), 264-282.
- da Silva Diniz, G. C., de Oliveira Guimarães, L., & Fernandes, D. M. (2019). *Empreendedorismo imigrante e étnico: o papel das redes sociais no processo empreendedor de um imigrante sírio no Brasil*. (Revista Eletrônica de Negócios Internacionais: Internext), 14(2), 161–174.
- Dana, L. P., & Dana, T. E. (2005). Expanding the scope of methodologies used in entrepreneurship research. *International Journal of Entrepreneurship & Small Business*, 2(1), 79-88.
- Dana, L.P. & Morris, M. (2007). Towards a synthesis: a model of immigrant and ethnic entrepreneurship. In *Handbook of Research on Ethnic Minority Entrepreneurship: A Co-evolutionary View on Resource Management* (pp. 803-813.).
- Dandekar, A., & Ghai, R. (2020). *and Reverse Migration in the Age of COVID-19*. (Economic and Political Weekly), 55(19), 28–31.
- de Queiroz Falcão, R. P., Castro, A. R. C., Cruz, E. P., & Amaral, S. S. (2018). Pequenos Negócios e Fluxo de Informações em Comunidade de Imigrantes: Ensaio sobre Aplicação da Netnografia. *Cadernos de Gestão e Empreendedorismo*., 6(1), 30-45.
- de Queiroz Falcão, RP, Cruz, EP, Piccoli, DAC e Mancebo, R. (2020). Self-employment of Syrian refugees: unveiling social networks and human capital of food stall owners in Rio de Janeiro. *Revista Da Micro e Pequena Empresa*, 14 (2), 100-124.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). *Introduction: The discipline and practice of qualitative research*.
- Denzin, NK e Lincoln, Y. (2011). *manual Sage de pesquisa qualitativa* . (sábio.).
- Dheer, R. (2018). Empreendedorismo por imigrantes: Uma revisão da literatura existente e

- direções para pesquisas futuras. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14 (3), 555–614.
- do Amaral, R. (2015). Exposição da vida privada em redes sociais: motivações e consequências. *In Colloquium Humanarum*, Vol. 12, 475–478.
- Dossani, R. (2002). Chinese and Indian engineers and their networks in Silicon Valley. Asia/Pacific Research Center, Stanford. & M. Kenney (2002), Creating an Environment for Venture Capital in India. *World Development*, 30(2), 227-253.
- Drori, I., Honig, B., & Wright, M. (2009). Transnational entrepreneurship: An emergent field of study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(5), 1001-1022.
- Ellemers, N., Spears, R., & Doosje, B. (1997). Sticking together or falling apart: In-group identification as a psychological determinant of group commitment versus individual mobility. *Journal of Personality and Social Psychology*, 72(3), 617.
- Ellemers, N., Van Rijswijk, W., Roefs, M., & Simons, C. (1997). Bias in intergroup perceptions: Balancing group identity with social reality. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23(2), 186-198.
- Elo, M., & Volovelsky, E. K. (2017). *Jewish diaspora entrepreneurs-the impact of religion on opportunity exploration and exploitation*. (International Journal of Entrepreneurship and Small Business), 31(2), 244–269.
- Epstein, G. S., & Heizler, O. (2015). Ethnic identity: a theoretical framework. *IZA Journal of Migration*, 4(1), 1-11.
- Filion, L. J. (1998). *From entrepreneurship to entreprenology: the emergence of a new discipline*. (Journal of enterprising culture), 6(01), 1–23.
- França, T., & Padilla, B. (2018). *Imigração brasileira para Portugal: entre o surgimento e a construção midiática de uma nova vaga. Imigração brasileira para Portugal: entre o surgimento e a construção midiática de uma nova vaga*,. 2.
- França, T., & Padilla, B. (2019). Imigração Brasileira Para Portugal: Entre O Surgimento E a Construção Midiática De Uma Nova Vaga. *Cadernos de Estudos Sociais*, 33(2).
- Gartner, W. B. (1984). Problems in Business Startup: The Relationship among Entrepreneurial Skills and Problem Identification for Different Types of New Ventures. *Frontiers of Entrepreneurship Research Conference*. Wellesley, MA.
- Gaspar, S., & Ampudia de Haro, F. (2020). Buying Citizenship? Chinese golden visa migrants in Portugal. *International Migration*, 58(3), 58-72.
- Gavino, M. C., Williams, D. E., Jacobson, D., & Smith, I. (2019). Latino entrepreneurs and social media adoption: Personal and business social network platforms. *Management Research Review*.
- Geertz, C. (2008). Thick description: Toward an interpretive theory of culture. *In The Cultural Geography Reader*, (Routledge.), (pp. 41-51). Routledge.
- Gintova, M. (2019). Understanding government social media users: an analysis of interactions on Immigration, Refugees and Citizenship Canada Twitter and Facebook. *Government Information Quarterly*, 36(4), 101388.

- Goza, F. (1999). Brazilian immigration to Ontario. *International Migration Review*, 37(4), 765-789.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. (2006). Multivariate data analysis. *Uppersaddle River*.
- Halter, M. (2007). *Shopping for identity: The marketing of ethnicity*. (Schocken.).
- Hébert, R. F., & Link, A. N. (1988). *The entrepreneur: mainstream views & radical critiques*. (Greenwood).
- Hill, M. M. & Hill, A. (2009). *A investigação por questionário*. (SÍLABO). Lisboa.
- Hisrich, R. D. (1990). Entrepreneurship/intrapreneurship. *American Psychologist*, 45(2), 209.
- Hogg, M. A., Abrams, D., Otten, S., & Hinkle, S. (2004). The social identity perspective: Intergroup relations, self-conception, and small groups. *Small Group Research*, 35(3), 246-276.
- Iorio, J., & Fonseca, M. L. (2018). *Estudantes Brasileiros No Ensino Superior Português* : 3–20. <https://doi.org/10.18055/Finis14556>
- Jones, T., Ram, M., Edwards, P., Kiselinchev, A., & Muchenje, L. (2012). New migrant enterprise: novelty or historical continuity?. *Urban Studies*, 49(14), 3159-3176.
- Jones, T. and Ram, M. (2012). "Revisiting... Ethnic-minority businesses in the United Kingdom: a review of research and policy developments." *Environment and Planning C: Government and Policy*, Vol. 30 No. 6, pp.944–995.
- Kamunge, M. S., Njeru, A., & Tirimba, O. I. (2014). Factors affecting the performance of small and micro enterprises in Limuru Town Market of Kiambu County, Kenya. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4(12), 1-20.
- Kaufmann, P. J., & Dant, R. P. (1998). Franchising and the domain of entrepreneurship research. *Journal of Business Venturing*, 14, 5–16.
- Kerr, S. P., & Kerr, W. (2020). Immigrant entrepreneurship in America: Evidence from the survey of business owners 2007 & 2012. *Research Policy*, 49(3), 103918.
- Kloosterman, R., & Rath, J. (2001). Immigrant entrepreneurs in advanced economies: mixed embeddedness further explored. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 27(2), 189-201.
- Kloosterman, R., & Rath, J. (2003). *Immigrant entrepreneurs: Venturing abroad in the age of globalization*.
- Kloosterman, R., Van Der Leun, J. and Rath, J. (1999). "Mixed embeddedness:(in) formal economic activities and immigrant businesses in the Netherlands",. *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 23 No, pp.252-266.
- Kloosterman, R. C. (2010). Matching opportunities with resources: A framework for analysing (migrant) entrepreneurship from a mixed embeddedness perspective. *Entrepreneurship and Regional Development*, 22(1), 25-45.
- Koikkalainen, S., & Kyle, D. (2016). Imagining mobility: the prospective cognition question in migration research. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 42(5), 759–776.
- Kotlik, J. W. K. J. W., & Higgins, C. C. H. C. C. (2001). Organizational research: Determining appropriate sample size in survey research appropriate sample size in survey research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal*, 19(1), 43.
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology*. Sage publications.

- Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15(5-6), 411-432.
- Lassalle, P., & McElwee, G. (2016). Polish entrepreneurs in Glasgow and entrepreneurial opportunity structure. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Light, I., Bhachu, P., & Karageorgis, S. (1993). Entrepreneurship and immigrant networks. *Comparative Immigration and Entrepreneurship*, 25–49.
- Light, I. H. (1972). *Ethnic Enterprise in America: Business and Welfare among Chinese, Japanese, and Blacks*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- Low, M. B., & MacMillan, I. C. (1988). Entrepreneurship: Past research and future challenges. *Journal of Management*, 14(2), 139-161.
- Lumpkin, GT, & Dess, G. (1996). *Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance*. (Academy of management Review), 21 (1), 135-172.
- Magalhães, L. F. A., Bógus, L. M. M., & Baeninger, R. (2018). *Migrantes haitianos e bolivianos na cidade de São Paulo: transformações econômicas e territorialidades migrantes*. (REMHU: Revista interdisciplinar da mobilidade humana), 26(52), 75–94.
- Margolis, M. L. (2013). *Goodbye, Brazil: emigrantes brasileiros no mundo* (E. Contexto., Ed.).
- Markus, H., & Kunda, Z. (1986). Stability and malleability of the self-concept. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(4), 858.
- Martes, A. C. B. (2016). Chegadas e partidas: migrações internacionais no Brasil recente. *GV EXECUTIVO*, 15(1), 30-33.
- Martes, Ana Cristina Braga, & Rodriguez, C. L. (2004). Afiliação religiosa e empreendedorismo étnico: o caso dos brasileiros nos Estados Unidos. *Revista de Administração Contemporânea*, 8(3), 117–140.
- Mawson, S., & Kasem, L. (2019). Exploring the entrepreneurial intentions of Syrian refugees in the UK. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton, NJ. D. Van Norstrand Company. Inc.
- Meister, A.D. and Mauer, R. (2018). “Understanding refugee entrepreneurship incubation—an embeddedness perspective.” *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 25 No, pp.1065-1092.
- Minniti, M., & Bygrave, W. D. (2003). National Entrepreneurship Assessment United States of America. *Executive Report*.
- Palivos, T. (2009). Welfare effects of illegal immigration. *AI of Population Economics*, 22(1), 131-144.
- Peroni, C., Riillo, C. A., & Sarracino, F. (2016). Entrepreneurship and immigration: evidence from GEM Luxembourg. *Small Business Economics*, 46(4), 639-656.
- Phinney, J. S. (1996). Understanding ethnic diversity: The role of ethnic identity. *American Behavioral Scientist*, 40(2), 143-152.
- Pisani, M. J., & Perez, I. G. (2020). Latino Businesses and Commerce: A Contemporary View. *Advancing US Latino Entrepreneurship. A New National Economic Imperative*, 37.
- Portes, A., & Jensen, L. (1989). *he enclave and the entrants: Patterns of ethnic enterprise in Miami*

- before and after Mariel*. (American Sociological Review), 929-949.
- Portes, A., & Rumbaut, R. G. (2014). *Immigrant america*. University of California press.
- Portes, A., & Shafer, S. (2007). *the enclave hypothesis: Miami twenty-five years later*. In *The sociology of entrepreneurship*. (Emerald Group Publishing Limited.).
- Portes, A., & Zhou, M. (1992). *Gaining the upper hand: Economic mobility among immigrant and domestic minorities*. *Ethnic and racial studies*. 15(4), 491–522.
- Portugal. *Decreto n. 34 de 30 de julho de 2003*.
- Portugal. *Decreto n. 40, de 19 de setembro de 2003*.
- Portugal. *Decreto n. 43, de 24 de setembro de 2003*.
- Ram, M., Theodorakopoulos, N., & Jones, T. (2008). Forms of capital, mixed embeddedness and Somali enterprise. *Work, Employment and Society*, 22(3), 427-446.
- Rath, J. and Kloosterman, R. (2000). *Outsiders' business: a critical review of research on immigrant entrepreneurship*. (International migration review), Vol. 34 No. 3, pp.657–681.
- Rauch, A., & Frese, M. (2000). Psychological approaches to entrepreneurial success: A general model and an overview of findings. *International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 15, 101-142.
- Ribeiro, M. J., Estrela, J., Rosa, A. P., Cruz, M., Miranda, S., Sousa, P., & Machado, R. (2020). *Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo 2020*.
- Riddle, L., & Brinkerhoff, J. (2011). Diaspora entrepreneurs as institutional change agents: The case of Thamel. *International Business Review*, 20(6), 670-680.
- Ritchie, J., Lewis, J., Nicholls, M. C., & Ormston, R. (2014). *Qualitative Research Practice: A Guide for Social Science Students and Researchers*. London: SAGE Publications.
- Robins, D. (2019). "Brazilians in London: Ideology, Social Class, and Motivations for Migration, Settlement, and Return." *Latin American Perspectives*, Vol. 46 No, pp.154-168.
- Rocha, A. D., Esteves, F., Mello, R. C. D., & Silva, J. F. D. (2015). Diasporic and transnational internationalization: the case of Brazilian martial arts. *BAR-Brazilian Administration Review*, 12(4), 403-420.
- Rocha, C., & Vásquez, M. A. (2014). O Brasil na nova cartografia global da religião. *Religião & Sociedade*, 34(1), 13–37.
- Rodrigues, A. (2021). Brasileiros lideram pedidos para residir em Portugal em 2020. Agência Brasil. Retrieved March 10, 2021, from Agência Brasil. Recuperado a partir de: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2021-03/brasileiros-lideraram-pedidos-para-residir-em-portugal-em-2020> website: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2021-03/brasileiros-lideraram-pedidos-para-residir-em-portugal-em-2020>
- Rubach, M. J., Bradley III, D., & Kluck, N. (2015). Necessity entrepreneurship: a Latin American study. *International Journal of Entrepreneurship*, 19, 126.
- Ryakitimbo, C. M., & Hossain, B. (2019). Network Analysis on Increasing Brazilian Migrants in Hamamatsu, Japan. *Asian Journal of Social Science Studies*, 4(4), 35.
- Sanders, J. M., & Nee, V. (1987). Limits of ethnic solidarity in the enclave economy. *American Sociological Review*, 745-773.

- Sanders, J. M., & Nee, V. (1996). Immigrant self-employment: The family as social capital and the value of human capital. *American Sociological Review*, 231-249.
- Sangani, P. (2021). President Biden's proposed immigration bill could add 3, 75,000 more green cards annually.
- Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2012). *Research Methods for Business Students*. (6th, Ed.). Pearson.
- Schimmele, C., & Wu, Z. (2015). The New Immigration and Ethnic Identity. *Working Paper*, 3(1).
- Schumpeter, J. A. (1961). A Teoria do desenvolvimento econômico. Tradução L. Schlaepfer. *Fundo de Cultura*.
- SEF – Serviço de Estrangeiros e Fronteiras. (2020). Outros Mapas Estatísticos. Serviço de Estrangeiros e Fronteiras. Retrieved from https://www.sef.pt/pt/Documents/MAPA_ARI_2020.pdf
- Sepulveda, L., Syrett, S., & Lyon, F. (2011). Population superdiversity and new migrant enterprise: The case of London. *Entrepreneurship and Regional Development*, 23(7–8), 469–497.
- Sequeira, J., & Rasheed, A. (2004). *The role of social and human capital in the start-up and growth of immigrant businesses*. Curt H. Stiles and Craig S. Galbraith, Eds. *Ethnic Entrepreneurship: Structure and Process*. Kidlington.
- Serafim, M. C., Martes, A. C. B., & Rodriguez, C. L. (2012). "Segurando na mão de Deus": organizações religiosas e apoio ao empreendedorismo. *Revista de Administração de Empresas*, 52(2), 217–231.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
- Shane, S. (2000). Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities. *Organization Science*, 11(4), 448-469.
- Shapero, A. (1984). The entrepreneurial event, in Kent C.A. (ed.). In K. C.A (Ed.), *The Environment for Entrepreneurship* (pp. 21–40). Lexington, Heath, Massachusetts.
- Sharma, K. (2013). *A Study of Entrepreneurs' Background and their perception of Tourism in Goa* (online).
- Shishito, K. T., & Baeninger, R. (2016). *Brasileiros no Japão: a expectativa temporal na imigração de kassegui*. (Anais), 1–16.
- Soratto, J., Pires, D. E. P. D., & Friese, S. (2020). Thematic content analysis using ATLAS. ti software: Potentialities for researchs in health. *Revista Brasileira de Enfermagem*, 73(3).
- Souza, E. J., & Iorio, J. C. (2018). *A construção midiática do "eldorado" lusitano a partir dos novos fluxos migratórios de brasileiros para Portugal*. *Século XXI*. (Revista de Ciências Sociais), 8(1), 312–340.
- Soydas, Y., & Aleti, T. (2015). Immigrant and second-generation Turkish entrepreneurs in Melbourne Australia. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Steyaert, C., & Katz, J. (2004). *Reclaiming the space of entrepreneurship in society: geographical, discursive and social dimensions*. (Entrepreneurship & regional development), 16(3), 179-196.

- Summers, D. (2015). The economic impact of entrepreneurship: Setting realistic expectations. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 21(2), 99.
- Tajfel, H., Turner, J. C., Austin, W. G., & Worchel, S. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. *Organizational Identity: A Reader*, 56(65).
- Tata, J., & Prasad, S. (2015). Immigrant family businesses: social capital, network benefits and business performance. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.
- Thornton, P. H., Ribeiro-Soriano, D., & Urbano, D. (2011). Socio-cultural factors and entrepreneurial activity: An overview. *International Small Business Journal*, 29(2), 105–118.
- Trenz, H. J., & Triandafyllidou, A. (2017). Complex and dynamic integration processes in Europe: intra EU mobility and international migration in times of recession. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 43(4), 546–559.
- Van Hear, N. (2014). *Reconsiderando a migração e a classe*. (Int. Migr. Rev.), 48 (1_suppl), 100–121.
- Väyrynen, R. (2005). Illegal immigration, human trafficking and organized crime. In Poverty, international migration and asylum. *Palgrave Macmillan, London.*, (pp. 143-170).
- Vergara, S. C. (2005). *Metodologia reflexiva*. SC Métodos de pesquisa em Administração.
- Wadhwa, V., Saxenian, A., Rissing, B., & Gereffi, G. (2007). *Novos empresários imigrantes da América*. (Relatório da Fundação Kauffman).
- Waldinger, R. D., Aldrich, H., & Ward, R. (1990). Ethnicity and Entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, Vol. 1), 16, 111–135.
- Williams, C. C. (2009). The motives of off-the-books entrepreneurs: necessity-or opportunity-driven?. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(2), 203.
- Xie, Y., & Gough, M. (2011). Ethnic Enclaves and the Earnings of Immigrants. *Demography*, 48(4), 1293–1315.
- Yamashita, K. (2013). A Comparative study of Chinatowns around the world: Focusing on the increase in new Chinese immigrants and formation of new Chinatowns. *Japanese Journal of Human Geography*, 65(6), 527-544.
- Yeung, H. W. C. (2002). Entrepreneurship in international business: An institutional perspective. *Asia Pacific Journal of Management*, 19(1), 29-61.
- Zhou, M. (2004). Revisiting ethnic entrepreneurship: convergencies, controversies, and conceptual advancements. *International Migration Review*, 38(3), 1040-1074.
- Zong, L., & Lu, Y. (2017). Reconceptualization of “Brain Drain”: The Transnational Mobility of Talent in Canada and China. *International Journal of Chinese Education*, 6(2), 288-314.
- <https://sefstat.sef.pt/Docs/Rifa2019.pdf>
(acesso em 11/05/2021)
- <https://www.europarl.europa.eu/news/pt/headlines/society/20170629STO78632/a-migracao-na-europa> (acesso em 03/02/2020)
- https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr_2018_en.pdf

(acesso em 04/02/2020)

<http://www.portalconsular.itamaraty.gov.br/no-exterior/brasileiros-no-mundo>

(acesso em 04/02/2020)

https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpgid=ine_main&xpid=INE&xlang=pt

(acesso em 11/02/2020)

Apêndice I

Anexo A

Questionário

Inquérito aos Empreendedores Brasileiros no Porto em Portugal

1. Perfil sociodemográfico da comunidade empreendedora brasileira:

1.1 O que fazia no Brasil:

() Não trabalhava () Era empresário () Era empregado

1.2 Escolaridade:

Escolaridade: () Ensino Fundamental () Ensino Médio () Médio-Técnico () Graduação () Pós-Graduação

Em caso de Graduação e/ou Pós-Graduação, em que área? _____

1.3 Dados pessoais:

Idade: _____ Local de nascimento: _____ Sexo: () Masculino () Feminino

1.4 Experiências empresariais:

- Se era empresário no Brasil:

Os seus pais são ou foram empreendedores?

() Sim () Não

A empresa que você abriu em Portugal é a mesma do Brasil?

Sim? Por quê? _____

Não? Por quê? _____

A empresa que você abriu em Portugal é do mesmo ramo do que no Brasil?

Sim? Por quê? _____

Não? Por quê? _____

2. Conte sobre a decisão de deixar o Brasil:

Qual a principal motivação? _____

Quanto tempo levou até a concretização da ideia de deixar o país? _____

Passou por sua cabeça ser empreendedor em Portugal antes de sair do Brasil? () Sim () Não

Sim? Por quê? _____

Não? Por quê? _____

Sim? Se tivesse recebido uma proposta de emprego bem remunerado em Portugal, acha que teria desistido da ideia de ser empreendedor? () Sim () Não

Por quê? _____

Checou a possibilidade de ser empreendedor em Portugal antes de sair do Brasil? () SIM () Não

Sim? Como? Quais dados buscou saber? _____

Há quanto tempo em Portugal: _____

Sua família chegou em Portugal, para morar, junto com você? () Sim () Não

Não? Por quê? _____

Não? Quanto tempo demorou para trazê-los para Portugal? _____

Moram com você agora? () Sim () Não

Não? Voltaram ao Brasil? _____

Chegou em Portugal: () Sem perspectiva de trabalho () Com emprego formal () Com emprego informal () Já empresário

Chegou em Portugal por qual cidade? _____

Qual cidade mora hoje atualmente e como decidiu ficar nessa cidade? _____

3. Conte sobre a abertura da empresa em Portugal:

Quanto tempo demorou para abrir a sua 1ª empresa em Portugal, tendo como data inicial a sua chegada: _____

Localização da empresa em Portugal: _____

Conte sobre esse processo, desde a ideia até a materialização da empresa: _____

Quantos sócios possui a sua empresa? _____

São Brasileiros? () Sim () Não

São familiares? () Sim () Não

São Portugueses? () Sim () Não

Está a gerenciar essa mesma empresa, hoje em dia? () Sim () Não

Não? Por quê? _____

Quantas empresas abriu antes do seu negócio atual? _____

Quanto tempo durou esse(s) negócio(s)? _____

Partindo da data de sua chegada em Portugal, quanto tempo demorou até abrir a empresa que está a gerenciar hoje? _____

- **Seguir respondendo apenas sobre a empresa atual:**

Entendia desse ramo de negócio antes de abrir a empresa? () Sim () Não

Sim? Como aprendeu sobre ele? _____

Entendia as particularidades/características dos seus clientes antes de abrir a empresa? () Sim () Não

Sim? Como aprendeu sobre eles? _____

Entendia das leis e tributos do Portugal antes de abrir a empresa? () Sim () Não

Sim? Como aprendeu sobre isso? _____

Quais os tipos de informações que você levantou antes de escolher esse negócio? _____

Chegou a ESCREVER um plano de negócios? () Sim () Não

Sim? Quais informações continha? _____

Quais foram as dificuldades iniciais que você experimentou? _____

Chegou a pensar em desistir de abrir a empresa durante esse processo? () Sim () Não

Sim? Quais motivos fizeram pensar assim? _____

Sim? Por que não desistiu? _____

Achou que sua rede de amizades criada até aquele momento facilitou a abertura? () Sim () Não

Por quê? _____

Quais eram os principais membros dessa rede e como te ajudaram? _____

Qual das duas ambições mais se parecia com a sua antes de abrir a empresa: () Ficar rico () Materializar a empresa

Acha que sua empresa tem algum diferencial em relação a outras já estabelecidas? () Sim () Não

Se sim, qual? _____

(para saber se o fato de ser brasileiro ajuda na inovação do negócio)

4. Conte mais sobre a empresa atual:

Qual é o grau de relacionamento do seu negócio com o Brasil? _____

Quanto tempo demorou para recuperar o investimento: _____

Considera a empresa: () Um sucesso imediato () Um sucesso, mas foi gradual () Uma boa empresa () Ainda em dificuldade

Conte sobre a evolução da empresa (tempo de existência da empresa, necessidades de financiamento, taxas de crescimento e de retorno sobre o investimento etc.): _____

Quais as fontes de financiamento? _____

Capitais Próprios? _____

Empréstimos?

Qual(is)? _____

Programas de Incentivo ao Empreendedorismo? Qual? _____

Conte sobre as suas experiências com os estabelecimentos bancários em Portugal _____

Quantos funcionários tinha quando abriu a empresa: _____

Quantos funcionários tem hoje: _____

Qual o país de nascimento da maioria de seus funcionários? _____

Acha que sua rede de amizades criada até o momento vem te facilitando? () Sim () Não

Por quê? _____

Quais eram os principais membros dessa rede e como te ajudaram? _____ (EXPLORAR ESSA PERGUNTA)

Comparando-se com as outras empresas do mesmo ramo, considera sua empresa mais criativa do que as outras? () Sim

() Não

Por quê? _____

Ao comparar a sua empresa com as outras empresas do mesmo ramo, qual é o seu diferencial?

A maioria da clientela (mercado-alvo) de sua empresa é formada por: () portugueses () turistas () brasileiros residentes () outros estrangeiros residentes

Quais têm sido os canais mais usuais de comunicação da empresa com seus clientes?

Utiliza as redes sociais para comunicação e venda? Quais?

Quais têm sido as principais estratégias de relacionamento com os clientes, fornecedores, governo, empregados, entre outros *stakeholders*? _____

Quais as diferenças do mercado de trabalho Brasileiro para o mercado de trabalho Portugues? _____

Qual a percepção que possui em relação ao ambiente institucional que suporta os negócios? (ex. burocracia, rigor no controle de arrecadação de impostos) _____

Como empreendedor/a, quais têm sido os principais desafios locais que você tem enfrentado (por ex.: adaptação e especificidades de qualidade em produtos/serviços, atendimento e serviços agregados, logística e entregas, entre outros)? _____

Quais são as principais estratégias locais adotadas por você, no enfrentamento desses desafios? _____

Qual das afirmações a seguir descrevem melhor a sua preferência pelo tamanho futuro da empresa:

() quero que o negócio seja o maior possível

() quero um tamanho que eu possa gerenciar sozinho

5. Conte sobre você

Se tiver a chance de ser contratado/a ganhando a mesma coisa que ganha como empreendedor/a, aceitaria o trabalho?

() Sim () Não

Por quê? _____

Quais são os fatores que o/a mantém – como empreendedor/a imigrante brasileiro/a – ancorado/a em Portugal? _____

Voltaria para o Brasil? () Sim () Não

Por quê? _____